

ألف باء تاء ..
صحافة

إعداد أ. مهند سليمان النعيمي

رقم الناشر الدولي:
978-99958-0-221-9
رقم الايداع بإدارة المكتبات العامة:
261/د.ع/2017


بسم الله الرحمن الرحيم

إهـــــداء

أهدي كتابي هذا إلى أسرتي العزيزة وإلى جميع المهتمين في عالم « السلطة الرابعة» وفنونها ويتطلعون إلى التعرف على ابجديتها

الفهرس

الصحافة نشأة وتطور

الصحافة ومفهومها:

الكتابة للصحافة وفنونها:

صناعة الخبر الصحفي:

فنون الكتابة الصحفية:

الصحافة الإلكترونية:

الصحافة والاعلام المتخصص:

اخلاقيات العمل الصحفي:

المشاكل والتحديات التي تواجه الصحفي:

اصدار الصحف:

فن الاخراج الصحفي

الصورة الصحفية واهميتها:



أ. مهند
سليمان النعيمي

شهدت السنوات الأخيرة تطورا هائلا في المعلومات وثورة الاتصال امتدت إلى كل مناحي الحياة، وكانت الصحافة على رأس الصناعات التي أثرت فيها ثورة الاتصالات وثورة المعلومات لتصبح نبض المجتمع وشعوره والمرآة التي تعكس واقعه وكل ما يدور فيه من احداث.

«علم الصحافة وفنونها» كتب عنه عشرات الكتب والمؤلفات إلا ان تجربة «الف باء تاء .. صحافة» تحاول تسليط الضوء على ابرز تلك الفنون في كتاب واحد يمكن القراء والمهتمين في عالم الصحافة التعرف على ابجدياتها وتعلم فنونها.

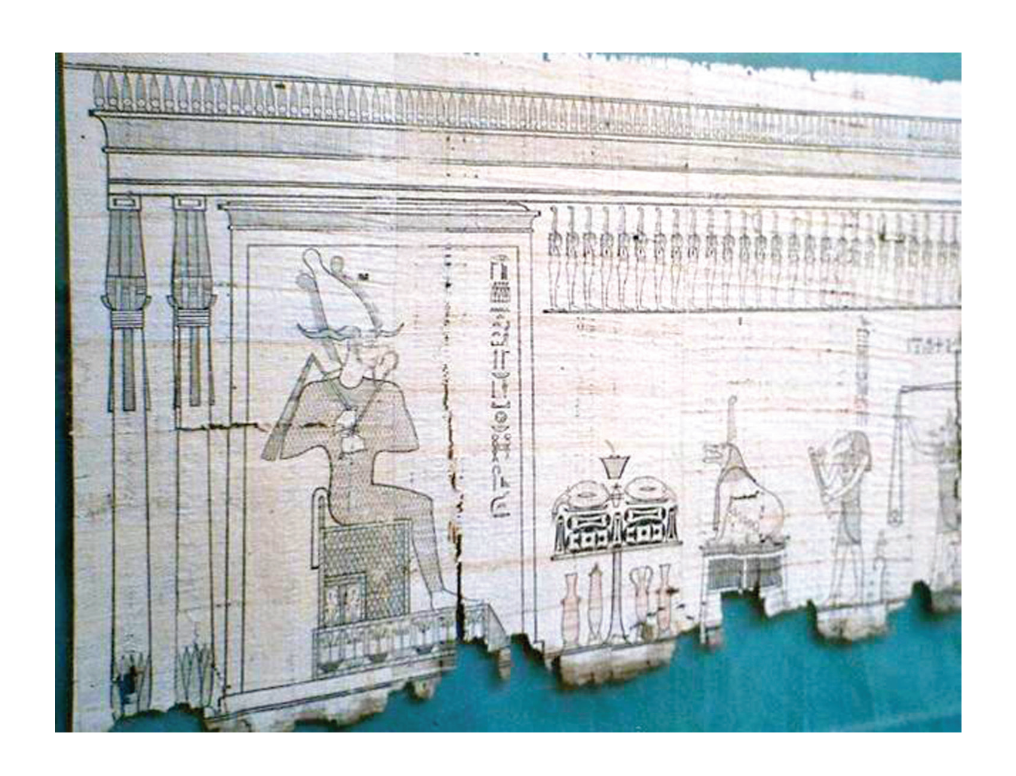
ان ما جمعه هذا الكتاب من معلومات هو خلاصة الكتب والدراسات في مجال الصحافة مهنة المتاعب التي تنتقل بقرائها ومتابعيها إلى شتى أنحاء العالم وهم في منازلهم وتضعهم بصورة الأحداث المحلية والعالمية وتنقلها الى مواقعهم.

ولعل احد دوافع إعداد هذا الكتاب، تزايد الاهتمام بالصحافة في ظل ما يشهده الوطن العربي من متغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية لعبت الصحافة دوراً بارزاً فيها وكانت المحرك الرئيسي لها في بعض الدول العربية، اضافة إلى اهتمام القارئ البحريني بشكل خاص والعربي بشكل عام بمعرفة المزيد عن هذا العلم ومحاولة الغوص فيه خاصة في ظل ارتفاع مستوى وسقف حرية الرأي والتعبير وبروز ما بات يعرف بصحافة المواطن وانتشار الصحف الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعية.

كتاب «الف باء تاء .. صحافة» يعد ثالث تجربة شخصية لي بعد اصداري الأول عام 2009 بعنوان «التدريب الصحفي في البحرين واقع وتطلعات» والذي سلط الضوء على واقع التدريب الصحفي في المؤسسات الصحفية والاعلامية البحرينية، اضافة الى كتاب بعنوان «وكالة انباء البحرين.. صوت البحرين الى العالم» 2017.

و يتناول الكتاب بين صفحاته نشأة الصحافة، وأنواعها، وفنونها، وصناعة الخبر، والقوالب الصحفية، وفنون الكتابة الصحفية، كما يسلط الضوء على الصحافة الإلكترونية، والمتخصصة، واخلاقيات العمل الصحفي، والمشاكل والتحديات التي تواجه الصحفي، وآلية إصدار الصحف، وفن الاخراج الصحفي، والصورة الصحفية.

تاريخ الصحافة



الصحافة .. نشأة وتطور

خلق الإنسان ومعه غريزة حب الاستطلاع، والبحث والتطلع لمعرفة كل ما هو جديد على وجه المعمورة وذلك من أجل ان يطمئن على كل ما يحيط به في البيئة التي يعيش فيها، داخلياً وخارجياً، ومنذ ان عرف اللغة والكلام، نشأت عنده حاجة لأن يقول للآخرين ما يعمل، وما يفكر فيه؛ ويعرف منهم، كذلك، ما يعملونه، وما يفكرون فيه، لأن طبيعة الإنسان الاجتماعية، تجعله يهتم بما يدور حوله، ولا يستطيع الحياة وحده، فكان لابد من إيجاد وسيلة للتعبير عن آرائه، وآماله وآلامه وحاجاته، إلى غير ذلك.

والصحافة، بمعنى نقل الأخبار، قديمة قدم الدنيا وليست النقوش الحجرية في مصر والصين وعند العرب الجاهليين، وغيرهم من الأمم العريقة، إلاّ ضرباً من ضروب الصحافة في العصور القديمة. ولعل أوراق البردي المصرية، من أربعة آلاف عام، كانت نوعاً من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة.

وكانت الأخبار، في هذه العصور الأولى، خليطاً من الخيال والواقع، تمشياً مع رغبات السامعين، بغية التسلية، الإشادة بالبطولة والقوة، وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمر طويلاً، وينتقل من جيل إلى جيل، على صورة القصص الشعبي.



وحسب العديد من الكتب والدراسات فإنه يقال أن الصحافة بدأت في صورة الأوامر، التي كانت الحكومات توفد بها رسلها مكتوبة، على ورق البردي، إلى كل إقليم. وكان لهؤلاء الرسل محطات معينة يتجهون إليها، بما يحملون من الرسائل، لهم جياد في كل محطة. ومتى وصلت الرسالة إلى حاكم الإقليم، أذاع ما فيها على سكان إقليمه، وقد يلجأ، في بعض الأحيان، إلى إطلاق المنادين ينادون بما فيها.

واستخدمت الحكومات كذلك النقش على الحجر، وكان لابد لها حينئذ من أحجار عدة، تُنقش على كل واحد منها، نسخة من التبليغ، الذي تريده، ثم تبعث بها إلى حيث تُوضع، في المعابد، التي يكثر تردد الناس عليها. ومن هذه الأحجار، حجر رشيد المشهور، الذي كان وسيلة للوقوف على سر الكتابة المصرية، وقد وجدت من هذا الحجر - إلى منتصف القرن العشرين - نسختان، إحداهما أخذها الإنجليز، أثناء حملة بونابرت، ووضعوها في المتحف البريطاني، والثانية عُثر عليها، بعد ذلك، وهي توجد الآن في المتحف المصري.

وكان حجر رشيد مكتوباً بثلاثة خطوط: اليوناني والديموطيقي والهيروغليفي، وهو يعود إلى عهد بطليموس الخامس، في نحو 196 قبل الميلاد. وكان الغرض من كتابته هو إذاعة قرار أصدره المجمع الديني، في مدينة ممفيس، فكان الخط اليوناني لليونانيين، والخط الديموطيقي لعامة الشعب، والخط الهيروغليفي للكهنة، وبذلك يمكن القول أن حجر رشيد كان جريدة واسعة الانتشار.

تعد الرسائل الإخبارية المنسوخة المظهر البدائي، أو الأولي للصحافة، منذ الحضارات الشرقية القديمة، وهناك أوراق مصرية من البردي الفرعوني يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد، تتضح فيها الحاسة الصحفية لإثارة الميول، عند القراء، وجذب انتباههم.

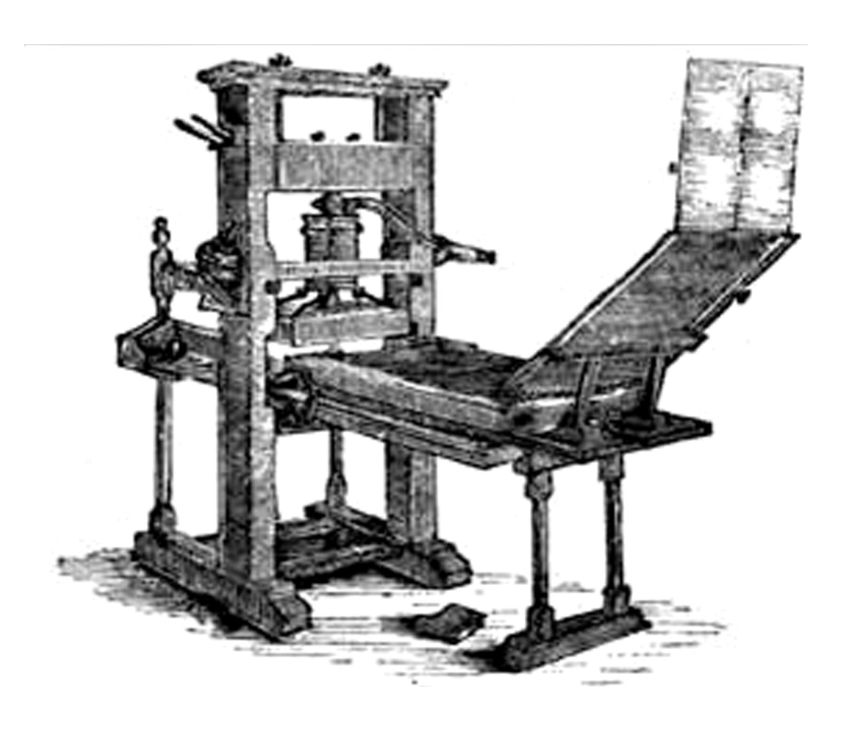
وعرفت معظم الحضارات القديمة، كحضارة الصين والإغريق والرومان، الخبر المخطوط، فقد أصدر يوليوس قيصر عقب توليه السلطة، عام 59 ق.م، صحيفة مخطوطة اسمها اكتاديورنا actadurina أي «الأحداث اليومية». يُكتب فيها أخبار مداولات مجلس الشيوخ، وأخبار الحملات الحربية، وبعض الأخبار الاجتماعية، مثل الزواج والمواليد والفضائح، وأخبار الجرائم والتكهنات. وكان للصحيفة مراسلون، في جميع أنحاء الإمبراطورية، وكانوا غالباً من موظفي الدولة.

وفي أوروبا، في العصور الوسطى، كان البابا يسجل أحداث العام على سبورة بيضاء ويعرضها في داره، حيث يحضر المواطنون للإحاطة بما فيها. وعندما ازداد النفوذ البابوي، أصبح القول الشفهي، والسبورة، غير كافيين؛ فنشأت النشرة العامة، وهي لون من الأوراق العامة، لعلها أصل الجريدة الرسمية الحالية؛ ومن ثم حلت النشرة الدورية، محل الحوليات الكبرى.

استمر استخدام الرسائل الإخبارية المنسوخة، طوال العصور الوسطى، لخدمة التجارة، بين المدن الأوروبية المختلفة، وأصبحت مدينة «فيينا» مركزاً لهذه الخطابات، وأصبح هناك كتاب، مهنتهم كتابة الأخبار، أو الرسائل الإخبارية، في جميع المدن الكبرى، وفي إنجلترا خاصة، ظهر ما يسمى بالوريقات الإخبارية News Sheets أثناء حرب الثلاثين (1618 ـ 1648)، وشكلت الرسائل الإخبارية المنسوخة، أو المخطوطة باليد، المظاهر الأولى للصحافة الأوروبية، خلال القرن الرابع عشر، في إيطاليا ثم في إنجلترا وألمانيا وكان يكتبها تجار الأخبار تلبية لرغبة بعض الشخصيات الغنية، ذات النفوذ الكبير، والمتعطشة إلى معرفة أهم أحداث العالم. وكان لهؤلاء التجار، مكاتب إخبارية جيدة التنظيم، ظلت تعمل لحسابهم، خلال القرن الخامس عشر، وجزء من القرن السادس عشر، وكان يوجد، في مدينة البندقية، مكاتب كثيرة من هذا النوع. وكذلك في سائر العواصم الأوروبية. وكان تاجر الأخبار يستأجر العبيد، الذين يعرفون الكتابة، أو يشتريهم، ويملي عليهم ما جمعه، من أخبار، ليدونوها، ويعدوها للبيع والتوزيع على المشتركين، وخاصة رسائل الأخبار العامة، التي كانت تختلف عن رسائل المعلومات الخاصة الموجهة لكبار رجال السياسة والاقتصاد.

بعد مرحلة الكتابة على ورق البردي، وغيره، ظهرت الكتابة على الصفحات الخشبية، إلى أن أمكن الطبع منها، باستخدام القوالب الخشبية، أو الطباعة القالبية. وكان للفينيقين بعد اختراع الورق، السبق مرة أخرى في اختراع الطباعة القالبية؛ وذلك بنقش الكتابة على لوح من الخشب، ثم تفريغ ما حول الكتابة، فتبقى الحروف بارزة، يوضع عليها الحبر، لكي يطبع منها العدد المطلوب، من النسخ. وكانت هذه هي الطريقة الشائعة في الصين كذلك، في القرنين الخامس والسادس الميلادي، ثم تطورت بعد أن اخترع بي شينج أول حرف من الفخار، في عهد شينج لي، في أواخر النصف الأول من القرن الحادي عشر. وفي الوقت نفسه، كانت الطبقات الأرستقراطية، في أوروبا، تنفر من هذا النوع، من الطباعة، فتمسكت بالكتب النادرة المنسوخة.

توصل الغرب، في القرن الخامس عشر الميلادي، إلى ما اهتدى إليه «بي شينج»، من صنع حروف متفرقة. وتطورت الفكرة الجديدة إلى أن ظهر أول مخترع للحروف المعدنية المنفصلة، في ألمانيا في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، هو يوحنا جوتنبرج، الذي ولد في مدينة مينز الألمانية، عام 1400 ميلادي. لاحظ جوتنبرج أن القراءة والتعلم مقصورين على الأغنياء، من دون الفقراء، بسبب نظام النساخ، الذين ينسخون الكتابات، لقاء أجر كبير لا يقدر عليه إلاّ الموسرون، ومن ثم فكر جوتنبرج في تكرار النسخ، على نطاق واسع، من خلال اختراع حروف الطباعة المتفرقة والمسبوكة من المعدن، مما أحدث انقلاباً فكرياً لم يشهده العالم، من قبل؛ إذ بفضل هذا الاختراع، أمكن حفظ تراث الأجيال السابقة، وتمكين الأجيال اللاحقة من الانطلاق، في المعرفة، والعلم، وتطويع الطباعة، لخدمة الإنسان، في جميع أنشطته اليومية.



هناك رواية أخرى تقول إن المخترع الحقيقي رجل هولندي، يدعى لوران كوستر، نجح في صنع حروف، من قشور الأشجار، وطبع بها بعض الأشعار، ثم ابتكر حروفاً منفصلة، من الرصاص والقصدير، عام 1423. وكان فاوست يعمل عنده، فسرق أدوات الطبع، وهرب بها، إلى امستردام، ثم إلى مينز بألمانيا وهناك تعرف على جوتنبرج، واشتركا معاً في نشر هذا الفن.

ومن ثم، يكون يوحنا جوتنبرج هو مخترع الطباعة الحقيقي، في رأي أغلب الكتاب، وإن كانوا يسلمون كذلك، بأنه سبقه عدة محاولات، منها محاولة لوران كوستر الهولندي.

وقد ثبت أن أول كتاب، طبع بحروف منفصلة، هو الإنجيل، الذي طبع باللغة اللاتينية فيما بين 1452 و1455 ميلادية، بمدينة مينز، ويحمل اسم جوتنبرج. ويذكر المؤرخون أنه، بعد نجاح تلك التجربة، انهالت عليه طلبات الطبع، ثم انتشر استخدام الحروف المنفصلة، في مدن ألمانيا حتى بلغ ما طبع بها، خلال أقل من خمسين عاماً، نحو أربعين ألف مطبوع، يبلغ عدد نسخها ما يقرب من عشرين مليوناً.

بعد نجاح فكرة الطباعة الحديثة، في ألمانيا انتقلت إلى دول أوروبا، في الفترة من عام 1456 إلى 1487 ميلادية، وكانت إيطاليا أولى الدول بعد ألمانيا في هذا المجال، ثم تلتها باقي الدول ثم انتقلت الطباعة إلى تركيا عام 1503، ثم عرفتها روسيا عام 1553، أمَّا الولايات المتحدة فقد عرفتها عام 1836.

أمكن، بعد ذلك، طباعة عدد كبير من النسخ، من الخبر الواحد، مما يسَّر وصول الخبر إلى أكبر، عدد، من القراء، إضافة إلى ما توفره الطباعة، من وقت وجهد.

على الرغم من اختراع الطباعة، ظلت الرسائل الإخبارية، المنسوخة باليد، باقية حتى مطلع القرن الثامن عشر، أي بعد اختراع الطباعة، بثلاثة قرون. وكانت هذه الرسائل تسد فراغاً كبيراً، لا يمكن أن تسده الصحافة المطبوعة، في ذلك الحين؛ لأن القيود الحكومية، والرقابة الصحفية، وقوانين النشر المختلفة، كانت تنصب على المطبوعات فقط؛ مما جعل لهذه الرسائل الإخبارية المنسوخة أهمية كبرى، وخاصة عندما تكون الحكومة شديدة في رقابتها، أو عندما تصادر المطبوعات، أو تعطلها.

كما تقدمت منشورات المناسبات الخبرية المخطوطة، خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، وأدى المخبرون، إلى جانب الصحفيين، دوراً كبيراً في تأمين الأخبار، وشكلوا، حتى عام 1789، شبكات إخبارية تكمل شبكات الصحافة الخبرية المطبوعة، وغدت الجرائد المخطوطة، والصور، والتقويمات، حتى منتصف القرن التاسع عشر، أدباً شعبياً تتناقله الطبقات الشعبية وكان له تأثير يفوق الخبر المطبوع. ولكن، في نهاية القرن التاسع عشر، انتشار المطابع، ورخص ثمن الصحف الشعبية، وارتفاع توزيع المطبوع منها، إلى اختفاء الخبر المخطوط نهائياً.

ساعد، على انتشار النشرات الخبرية المطبوعة، تزايد اهتمام الناس بأخبار المستعمرات، عقب الكشوف الجغرافية، ثم وقوع الحروب التركية والإيطالية، التي اشتركت فيها غالبية دول أوروبا، وظهور حركة مارتن لوثر الدينية، وازدهار عصر النهضة، ثم ما كان من سيطرة الطبقة البورجوازية، على الحياة الأوروبية، وتزايد الحريات.

بدأ ظهور الخبر المطبوع، عندما أصدرت بعض دور النشر نشرات مطبوعة، بأرقام مسلسلة، ولكن بشكل غير دوري، ثم ظهرت، بعد ذلك، نشرات إخبارية مطبوعة في شكل أحداث سنوية منتظمة الصدور، متضمنة بعض المعلومات الفلكية. واستمر ذلك، حتى عام 1470، ثم ظهرت نشرات تصدر، كل ستة أشهر، في فرانكفورت عام 1588، أصبحت شهرية، ثم صدرت أسبوعية بصورة منتظمة.

كانت هذه النشرات الأسبوعية تصدر، بمقتضى امتياز تمنحه الدولة، أو المدينة، مقابل فرض الرقابة عليها. وكانت تنشر، من دون تعليق على الأخبار الخارجية، وخاصة السياسية والعسكرية منها، وكان محظوراً عليها نشر الأخبار الداخلية. وتعد فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية، فعندما تولى ريشليو مقاليد السلطة، أدرك فائدة الصحافة، وأثرها على الرأي العام، ووجد في تيوفراست رينودو الرجل، الذي يمكن الركون إليه، في مثل هذا المجال، وفي عام 1631 أصدر رينودو الجازيت، التي عُرفت باسم جازيت دي فرانس، وكانت لا تنشر المقالات، بل أخباراً، من كل لون، الداخلية منها والخارجية، بأسلوب مقتضب، أسوة بالأخبار الموجزة، التي تنشرها بعض الصحف اليومية، في الوقت الحاضر، وحذت معظم دول أوروبا حذو فرنسا فأنشأت صحفاً رسمية. وفيما عدا هولندا، وإنجلترا لم تظهر صحافة حرة، في أوروبا، إلاّ بعد انقضاء قرنين من الزمن؛ ففي إنجلترا ظهرت الصحف، لأول مرة، بين 1641 و1643، ولكنها كانت قصيرة المدى. ولما جاء البرلمان وضع لها نظاماً، إلاّ أن كرومويل، وأسرة ستيوارت، أعادا مرة أخرى، الامتياز والرقابة، فأصبحت الأقاليم المتحدة (هولندا)، هي الملجأ الوحيد للصحافة الحرة، مدة خمسين عاماً.

وفيما عدا الجازيتات الهولندية، فقد ظلت جميع الصحف خاضعة للرقابة، ولإرادة الملوك والأمراء. أمّا صحافة الإنجليز، فتمتعت بالحرية، وزالت عنها الرقابة، منذ عام 1695؛ فأصبح للصحافة طابع خاص، وأخذ تأثيرها يتزايد مع الأيام.

ظهرت أول صحيفة إنجليزية يومية، عام 1702، وأطلق عليها صاحبها اسم الدايلي كورانت. أمَّا في فرنسا فقد ظهرت الصحيفة اليومية الأولى، عام 1777، باسم جورنال دي باريس.



أمّا في الولايات المتحدة الأمريكية فقد ظهرت أول صحيفة عام 1690 في بوسطن وهي صحيفة ذي بابليك أوكُّورنس The Public Ocurrence. وفي عام 1704 ظهرت صحيفة ذي بوسطن نيوزليتر News Letter. وفي عام 1728 ظهرت صحيفة بنسلفانيا جازيت، التي أصدرها بنيامين فرانكلين، في فيلادلفيا. وفي البداية، كانت الصحف الأمريكية تنقل أكثر مادتها وأخبارها من الصحف الإنجليزية، لكنها بدأت تقلل من ذلك، بعد حرب الاستقلال الأمريكية. وقد لعبت الصحافة الأمريكية دوراً كبيراً، في الدعوة إلى حرب الاستقلال الأمريكية عن إنجلترا عام 1776. وقد تمتعت الصحافة الأمريكية، منذ بدايتها، بحرية نسبية دعمها التعديل الدستوري، عام 1791.

وساعد إنشاء الخدمات البريدية على رواج الرسائل الإخبارية المنسوخة، ثم الصحف المطبوعة فيما بعد. وكان الغرض، من إنشاء الخدمة البريدية، هو جمع الخطابات والصور، في مكان معين، ونقلها، بسرعة وانتظام، إلى المرسل إليه، لقاء أجر معلوم.

وكان انتظام الخدمات البريدية سبباً مبكراً، في تطور الصحافة الإخبارية، وسعة انتشارها. وكانت مواعيد صدور الصحف تتفق مع مواعيد توزيع البريد. ويلاحظ أن سبب انتشار الصحف الصادرة، ثلاث مرات أسبوعياً، هو أن الخدمات البريدية كانت توزع، ثلاث مرات أسبوعياً، ولم يكن من الميسور إصدار الصحافة اليومية، لولا تقدم الخدمات البريدية. ومن الطريف أن معظم الصحف كانت تحمل اسم البريد، مثل Flying Post البريد الطائر، وWeekly Messenger البريد الأسبوعي، والـ Evening Post البريد المسائي، وNight Post البريد الليلي، وغيرها.

على الرغم من أن نشأة الخدمات البريدية كان نعمة، على الصحافة الإخبارية، إلاّ أنه يعيب ذلك أن المسؤولين في البريد كانوا يحتكرون الأخبار الخارجية، ويتصرفون فيها كما يشاءون. وكان أصحاب الصحف يدفعون، لمديري البريد، اشتراكات سنوية، نظير الحصول على ترجمة ملخصة للصحف الواردة، من الخارج، كما كان بعض مسؤولي البريد يرتشون، مقابل تفضيل بعض الصحف على غيرها، وإعطائها الأولوية، في تسليم الأخبار، مما جعل جون والتر، رئيس تحرير جريدة التايمز اللندنية، على سبيل المثال، يعيِّن مراسلين لصحيفته، في الخارج، لكي يحبط مؤامرات رجال البريد، غير أن رجال البريد، كانوا يستولون على الرسائل الواردة، من مراسلي التايمز، ويطلعون على ما فيها، وكثيراً ما كانوا يعمدون إلى تأخير وصولها للجريدة.

وعندما كشفت صحيفة التايمز ألاعيب رجال البريد، ونشرتها، عام 1807، رُفع الأمر إلى القضاء، وحُكم على الصحيفة بغرامة قدرها مائتا جنيه تعويضاً واعتذاراً للبريد! ولما عاودت التايمز هجومها، مرة أخرى، بعد ثلاثة أسابيع، وعُرض الأمر على النائب العام، أمر بحفظ التحقيق، وعدم تقديم الصحيفة للمحاكمة.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية كان إصدار الصحف مرتبطاً بمدير البريد؛ فقد أصدر جون كامبل، مدير البريد في بوسطن صحيفة بوسطن نيوز ليتر، كما أصدر خلفه، وليم بروكر، صحيفة باسم بوسطن جازيت. وتعاقب على إصدار تلك الصحيفة خمسة، من مديري البريد، على التوالي، ابتداء من بروكر.










MAINE EXPLOSION CAUSED BY BOMB OR TORPEDO?

Capt. Sigsbee and Consul-General Lee Are in Doubt---The World Has Sent a Special Tug, With Submarine Divers, to Havana to Find Out---Lee Asks for an Immediate Court of Inquiry---Capt. Sigsbee's Suspicions.

CA I. SIGSBEE, IN A SUPPRESSED DESPATCH TO THE STATE DEPARTMENT, SAYS THE ACCIDENT WAS MADE POSSIBLE BY AN ENEMY.

Dr. E. C. Pendleton, Just Arrived from Havana, Says He Overheard Talk There of a Plot to Blow Up the Ship---Capt Zalinski, the Dynamite Expert, and Other Experts Report to The World that the Wreck Was Not Accidental---Washington Officials Ready for Vigorous Action if Spanish Responsibility Can Be Shown---Divers to Be Sent Down to Make Careful Examinations.



The New York World a day after

who had been Populists and those who became Progressives — clamored for the United States to rescue the Cuban people from the Spanihh malefactors.

President William McKinley and the conservative Republican leaders in Congress reluctantly gave way before this pressure. Senator Henry Cabot Lodge warned McKinley, "If the war in Cuba drags on through the summer with nothing done we [the Republican party] shall go down in the greatest defeat ever known."

Already, in November 1897, Spain, at the urging of President McKinley, had granted

صحافة القرن الثامن عشر

كانت إنجلترا سبَّاقة، في هذا القرن، في نهضة الصحافة، إذ ظهرت فيها أول صحيفة يومية منتظمة، عام 1702، هي جريدة دايلي كورانت. كما كانت الصحافة الأمريكية سباقة إلى الاستعانة بما يدفعه التجار، من مال، ثمناً للإعلانات.

وفي عام 1746 أسس فيلدنج جريدة كوفنت جاردن جورنال، وخصَّص فيها باباً جديداً لنشر وقائع جلسات المحاكم التأديبية. ومازالت صحف لندن، إلى اليوم، تنشر تفاصيل القضايا اليومية، في المحاكم، بصورة تزيد على ما تنشره الجرائد الفرنسية أو غيرها. ثم ظهرت، بعد ذلك، بخمسة عشر عاماً، أولى المقالات، التي تناولت شؤون المسرح. وكانت تضم إعلانات بسيطة، عن المسرحيات، مع تحليل لها. أمّا وقائع جلسات مجلس النواب فبدأ نشرها بشكل منفصل، عام 1728ـ1729، في صحيفة بابليك أدفيرتيزر Public advertiser، ولم يظهر النقد بمعناه الصحيح، إلاّ في عام 1780.

وفي عام 1785، أسس جون والتر الثاني جريدة «التايمز» الشهيرة، التي لا تزال تصدر، في لندن، إلى اليوم. ولكن دأبت الحكومة على مناوأتها، مما اضطر صاحبها إلى استخدام سفنه الخاصة، في نقل البريد، وتوزيع الصحيفة، ونقل مراسليه، وبذلك يكون أول من استخدم البخار في خدمة النشر.

وفي الوقت، الذي تمتعت فيه، الصحافة الإنجليزية، خلال القرن الثامن عشر، بحرية، أقرها البرلمان، ووافق عليها رؤساء الأحزاب. كانت الهوة سحيقة، بين الصحافة الإنجليزية، التي تخلصت من الرقابة، منذ عام 1695، وبين صحافة القارة الأوروبية؛ فبينما وصلت الأولى، بعد نضال مرير، إلى تدعيم استقلالها ودعم حريتها، بقيت الثانية، باستثناء النشرات الإخبارية المطبوعة (الغازينات) خاضعة لأهواء الرقابة، ولنزوات الحكام. كانت الصحافة الفرنسية، مثلاً، تعاني من الحجر السياسي، الذي فرضته عليها الحكومة الملكية، كما تعاني من الحجر التجاري، الذي فرضه عليها الاحتكار: احتكار صحيفة جازيت دي فرانس للأخبار السياسية، واحتكار ميركور دو فرانس للأنباء الأوروبية والاجتماعية، واحتكار جورنال دي سافان للأخبار العلمية.

وبدأ الشعب الفرنسي عامة، والباريسي خاصة، يتخلص من الوصاية التي فرضت عليه، أيام حكم لويس الرابع عشر، على الرغم من بقاء النظم والقوانين سارية، إلاّ أن التقاليد والعادات أخذت في التطور، وتطلع الفرنسيون إلى معلومات أكثر نضوجاً، ونقداً أكثر جرأة، لذلك لم تعد الصحف الفرنسية تكفي لإرضائهم.

وبدأ الأمر بإدخال بعض التعديلات على الاحتكار؛ فسمحت السلطات بتصريحات ضمنية، أو صريحة بتأسيس صحف جديدة، بعد أن تدفع هذه الصحف مبلغاً من المال إلى الدورية صاحبة الامتياز، نظير تنازلها عن بعض احتكارها. وحظيت صحف أخرى بحق الطبع خارج فرنسا ثم الدخول إليها، نظير دفع مبلغ من المال إلى خزانة وزارة الخارجية. وتحايل ناشرون، أكثر ذكاء، على القانون والاحتكار، بأن انتهزوا فرصة تساهل الحكومة معهم، وعمدوا إلى تحرير، صحفهم في باريس، على أن ينسبوا نشرها إلى مكان ما، في الخارج.

ولكن إذا كان الاحتكار قد تحطم، بهذه الطريقة، فإن الرقابة ظلت على ما هي عليه، من الصرامة والقسوة، على أنه كلما توالت الأيام والسنون، في القرن الثامن عشر، كان الكتاب يزدادون جرأة، وكانت الحكومة تزداد تهاوناً وضعفاً. وإذا كانت الصحافة الفرنسية لم تستطع أن تلعب الدور الأول في التغيير، بعد أن تهيأت لها الظروف لذلك، بسبب أنفة الفلاسفة والمفكرين من العمل فيها، إلاّ أنها لعبت دوراً كبيراً في القضاء على عيوب العهد القديم في فرنسا خلال القرن الثامن عشر.

يرى المؤرخون أن الولايات المتحدة هي الدولة الوحيدة، التي لم تضطهد الصحافة في ذلك العصر، وهي، وإن كانت أكثر الدول حداثة، إلاّ أنه توجد فيها أقدم الصحف. وكان أول من أدخل المطبعة، إلى أمريكا، هو توماس جرين. وشهدت بوسطن عام 1704، صحيفة بوسطون نيوزليتر، الأسبوعية، التي أسسها جون كامبل، في ورقة واحدة، من الحجم المتوسط؛ وكان ذلك بداية لطور جديد، في صحافة المستعمرات، فبعد أن كانت الصحافة هواية، بدأت تدخل في طور الاحتراف، وبعد أن كانت معظم الصحف المنتظمة الصدور شهرية، شهدت بوسطن أول صحيفة أسبوعية منتظمة، تُنشر في أمريكا كلها.

ولقد لعبت صحافة بوسطن الدور الأول، في تاريخ الصحافة، في الولايات المتحدة، وازدهر النشاط الصحفي فيها، حتى قيام الثورة الأمريكية. إلى جانب ذلك، ظهرت الصحافة في المستعمرات الوسطى والجنوبية، وأسهمت الصحافة الأمريكية، في دعم الثورة، حتى تحقق الاستقلال، وتمت الوحدة، ورفع العلم الأمريكي، في واشنطن عام 1776.

صحافة القرن التاسع عشر

مع القرن التاسع عشر، تطورت الخدمات الصحفية، وظهر العديد، من المستحدثات التكنولوجية، في مجال الإنتاج، والمعالجة وإرسال المعلومات.

ووصل تطور الخدمات الصحفية، في النصف الأول، من القرن التاسع عشر، إلى درجة التفوق على الخدمات الحكومية؛ فوكالة رويترز البريطانية، مثلاً، كانت تحصل على المعلومات والأخبار قبل أن تحصل عليها الحكومة. وجريدة جورنال اوف كومورس Journal of Commerce الأمريكية كانت تسبق الحكومة الأمريكية، في معرفة الأنباء، وتنقلها، بين بوسطن ونيويورك عبر مساحة تبلغ 227 ميلاً. ولكنها كانت تحتاج إلى عشرين ساعة، من المواصلات، في ذلك الوقت.

ومن ناحية أخرى، تفتقت أذهان الصحفيين عن حيل عديدة، للتغلب على عقبات المسافات البعيدة. ففي عام 1837، نظّم الصحفي الأمريكي د.اش.كرايج اسراب من الحمام، يزيد عددها على الخمسمائة، لنقل الرسائل، بين مدن فيلادلفيا، وواشنطن ونيويورك وبوسطن ومن الطريف أنه أعد مهبطاً لها، فوق سطح مبنى صحيفة نيويورك صن. ويذكرنا ذلك بالصحف الحديثة، في أوروبا وأمريكا، التي يقام، على أسطح مبانيها، مهابط للطائرات العمودية، التي يستخدمها مندوبو المستقبل في أعمالهم الصحفية. وقد كانت وكالات الأنباء، في أول إنشائها، تستخدم الحمام الزاجل، لنقل أخبارها.

ثم جاء اختراع التلغراف، عام 1837، على يد، ف. بي. مورس؛ فكان بمثابة ثورة، في عالم الاتصال، غيرت وجه الفن الصحفي، وجعلت تطور وكالات الأنباء حقيقة مؤكدة. وما لبث كبار الصحفيين أن أدركوا خطورة التلغراف، وأثره على نقل الأخبار. فيقول جيمس جوردون بنيت، في مقال له، عام 1844، بصحيفة نيويورك هيرالد: «إن نقل الأخبار بالتلغراف سوف يوقظ الجماهير كلها، ويجعلها أكثر اهتماماً بالمسائل العامة، وسوف يصبح، للمفكرين، والفلاسفة، والمثقفين جماهير أكثر عدداً، وأشد إثارة، وأعمق فكراً، من أي وقت مضى».

ولم يكد يبدأ استخدام التلغراف، في إنجلترا عام 1845، حتى بدأت الأسلاك تمتد بين سائر المدن. وفي عام 1851 ارتبطت فرنسا بإنجلترا تلغرافياً، عن طريق خط من الأسلاك الممتدة، تحت سطح البحر، بين كيب جرينية ودوفر. وما أن أتى عام 1852، حتى بلغ طول الخطوط التليفونية، في الولايات المتحدة الأمريكية 16735 ميلاً. زادت إلى 50 ألف ميل، عام 1860، ووصل إلى 110727 ميلاً، عام 1880. وفي عام 1858، ارتبطت أوروبا بأمريكا، عن طريق خط من الأسلاك الممتدة، تحت مياه المحيط الأطلسي، غير أنه انقطع عن العمل بعد الرسالة الرقم 269.

ومن الطريف أن أول برقية أذيعت، على هذا الخط كانت رسالة تهنئة، موجهة من الملكة فيكتوريا، إلى الرئيس الأمريكي جيمس بوكنان، الذي لم يصدق الأمر، وظن أن المسألة خدعة، ولكنه رد على الملكة عندما أكد له المسؤولون إن الاختراع حقيقة واقعة. وأعيد مد هذا الخط العابر للمحيط الأطلسي، في 28 يوليه 1866، واستخدمته الصحافة، على نطاق واسع. وفي العقد السابع، من القرن الماضي، جرى الاتصال، براً وبحراً، بين بريطانيا والهند واليابان كما امتدت الخطوط،

بين أمريكا وجزر الهند الغربية، من جهة، وبينها وبين أمريكا الجنوبية، من جهة أخرى، ولما كانت تكاليف إنشاء هذه الخطوط باهظة للغاية؛ فقد استلزم الأمر تضافر الجهود لإنشاء الاتحادات والوكالات، التي تستطيع أن تغطي تلك المصروفات.

وفي عام 1875، اخترع الكسندر جراهام بيل التليفون؛ فكان بمثابة دفعة قوية، وقفزة رائعة للفن الصحفي، بوجه عام، ولنقل الأخبار، عن طريق الوكالات، بوجه خاص. ومنذ عام 1927، أصبح التليفون عاملاً مهماً ورئيسياً، لنقل الأخبار، عبر المسافات الطويلة، عن طريق دوائر تربط القارات سلكياً ولاسلكياً. وأصبحت المدن البعيدة تتصل، ببعضها البعض، في دقائق معدودات، بعد أن كان يستغرق شهوراً وسنوات. وخاصة بعد أن امتدت خطوط المواصلات عبر المحيط الهادي.

يعد اختراع الراديو أخطر ثورة، في تاريخ الاتصال، بين القارات، انعكس ذلك، بشكل واضح، على الوكالات. ويرجع اختراع الراديو إلى ماركوني، الذي تمكن، في عام 1896، من استخدام هذه الوسيلة اللاسلكية للاتصال، لأول مرة، في التاريخ، وتلاه آخرون، في تطوير استخدامه، مثل فيسبندن، الذي أرسل، عام 1906، رسائل لاسلكية مختصرة، إلى السفن، في البحار، مصحوبة ببعض القطع الموسيقية مع التهنئة بحلول عيد الميلاد.

واستخدم التليفون اللاسلكي، في أول الأمر، بطريقة بدائية جداً، إلاّ أنه أخذ، في التطور، حتى أصبح حقيقة واقعة، عملياً، مع بداية عام 1900، عندما صُنع جهاز إرسال تليفوني لاسلكي، وبُنيت أول محطة إذاعة، قرب نيويورك ليلة عيد الميلاد، عام 1906، استمع إليها عدد كبير خلال أجهزة استقبال. ولقد كان لهذه المحاولة أهميتها، على الرغم من أن الموسيقى كانت غير واضحة، عند استقبالها، لدرجة يستحيل معها تمييز الآلات الموسيقية المستخدمة، عن بعضها، أو الآلات الموسيقية، عن صوت المغني، في الأغنية المذاعة.

كان اختراع صمام الراديو هو الخطوة التالية المهمة، في تطوير أجهزة الإرسال اللاسلكية، وتلي ذلك قيام دي فورست باستخدام برج إيفل، في مارس 1908، للإرسال الإذاعي.

وقد جذبت محاولاته التالية أنظار الجماهير، حتى عام 1917، عندما اشتركت الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب العالمية الأولى. وشارك دي فورست، وآخرون، في تطوير الإذاعة الصوتية وتحسينها، منهم أمير موناكو، الذي كان يبث إذاعته، من يخته، عام 1913، إلاّ أن هذه الإذاعات كانت ضعيفة الالتقاط في بداية الأمر.

وكان نشوب الحرب العالمية الأولى سبباً في تعطيل تقدم الإذاعة، إلى حد كبير؛ فقد سيطرت الحكومات على جميع المحطات اللاسلكية، كما منعت محطات الهواء، واقتصر البث على الأخبار العسكرية.

صحافة القرن العشرين

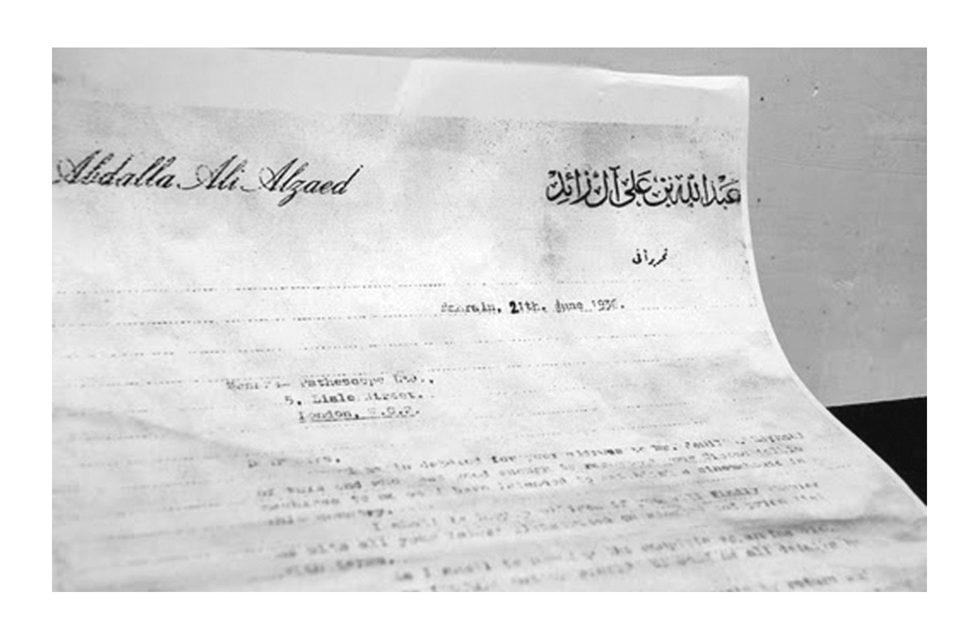
كان للحرب العالمية الأولى أهميه بالغه في تاريخ الصحافة حيث زاد الإنتاج الصحفي الأمريكي في حين ولدت صعوبات جمة لمثيلتها في أوربا وفي كل الأشياء كانت تلك الحرب بداية الغزو الأمريكي وسيادته على العالم ، فقد فقدت الموارد الإعلانية ، وعز الورق واكتظت شبكات النقل البري والسكك الحديد يه بالأغراض العسكرية داخل أوربا فاضطرت صحف كثيرة لتقليل عدد صفحاتها إلى أربع صفحات وأحيانا إلى صفحتين فقط بل اضطرت صحف كثيرة لإغلاق مكاتبها وتسريح موظفيها .
كما أضافت الرقابة العسكرية على الصحف الاوروبية عقبة أخرى بجانب العقبات الاقتصادية وتحولت إلى صحافة حرب نفسيه كل طرف فيها يدير دعايته بأخبار ومواضيع معظمها غير حقيقي في حين كانت الصحافة الأمريكية تنمو وتتقدم وعرفت عصر الصحف الكبرى طريقها بعد الحرب ، في وقت بدا فيه ظهور الإذاعة ، فكانت منافسه جديدة للصحافة ، فلجأت إلى التجديد والابتكار بانتشار الصحافة الإخبارية المصورة العامة والمتخصصة وتنوعت مقالاتها من مجرد الإعلانات والأخبار والآداب إلى الكتابات التربوية والاجتماعية والرياضية والفنية والنسائية فحافظت على قوتها أمام الإذاعة المسموعة والغير مرئية وطرحت مبادئ الحرية الصحفية في معظم الدول الأوربية والأمريكية ، وهذا كله دفع العديد من الصحف الصغيرة إلى التجمع لإنشاء المؤسسات الصحفية الكبيرة لمواجهة المنافسة في عصر أصبحت خلاله الصحافة الورقية السلطة الرابعة لمعظم دول العالم المتحررة بل وفي المستعمرات المتقدمة التابعة للدول الأوربية كما في مصر والهند ولبنان إلى ما قبل نشوب الحرب العالمية الثانية ، والتي عرفت تغيرات تكنولوجيه في الطباعة والإخراج الفني ، ووسائل النقل الشمسي لطباعة المجلات المصورة والملونة ،و مع التوسع في استخدام الهواتف التي توفر الوقت والمجهود في إجراء التحقيقات والمقابلات الصحفية المهمة إضافة إلى الاعتماد على الشاحنات في توزيع الصحف الكبرى بين المدن أو الولايات
عقد الثلاثينات كان هو عصر المجموعات الصحفية وتابعت الصحف الأمريكية انطلاقتها وزاد توزيعها من 24 مليون نسخه يوميا عام 1910 إلى 41 مليون نسخه يوميه عام 1940 بينما انخفض عدد الصحف اليومية بعد التجميع من 2430 صحيفة إلى 1848 صحيفة يوميه أمريكية فقد اندمجت 311صحيفه في 55 مجموعه عام 1940م وقبل هذا التاريخ حدثت اندماجات أخرى

وقد ظهرت الصحف السرية بشكل واسع بعد نشوب الحرب العالمية الثانية وعانت من صعوبات إدارية ورقابية واقتصاديه خلال الحرب فتراجعت خطوات أخرى إلى الوراء خلف الصحافة الأمريكية التي زاد ازدهارها وانتشارها بينما كان التليفزيون كجهاز مرئي ومسموع ينتشر في العالم المتقدم بدئا بأمريكا ولتبدأ الصحافة الورقية في خسارة نفوذها كسلطة رابعة خاصة في أوربا وأمريكا.



الصحافة العربية

بدأت الصحافة العربية منذ العقد الثاني من القرن التاسع عشر، حينما اصدر الوالي داوود باشا أول جريدة عربية في بغداد اسمها ، باللغتين العربية والتركية، وذلك عام 1816، بعدها ومع حملة نابليون بونابرت على مصر عام 1798، حيث أصدرت في القاهرة صحيفتين باللغة الفرنسية. في عام 1828 أصدر محمد علي باشا صحيفة رسمية باسم جريدة الوقائع المصرية، وفي عام 1867 صدرت في دمشق جريدة سوريا، وعام 1865 صدرت في حلب ب سورية جريدة فرات وبعدها صدرت في حلب كذلك الشهباء، وجريدة الفي عام 1885 أصدر رزق الله حسون في استنبول جريدة عربية أهلية باسم مرآة الأحوال العربية. وفي بداية القرن العشرين كثر عدد الصحف العربية وخصوصاً في سورية ومصر، فصدرت المؤيد واللواء والسياسة والبلاغ والجهاد والمقتبس وغيرها. ومن الصحف القديمة والتي لا زالت تصدر في مصر جريدة الأهرام والتي صدرت لأول مرة في عام 1875.


Abdalla Ali Alzaed

عبدالله بن علي آل زائد

تاريخ الصحافة البحرينية

للصحافة في مملكة البحرين تاريخ عريق يعود الى عام 1939 حيث تأسست جريدة البحرين على يد الاب الروحي للصحافة البحرينية الراحل عبدالله الزايد لتصبح أول صحيفة اسبوعية تصدر في منطقة الخليج العربي ، وتطورت بفضل جهود رواد الفكر والأدب والصحافة البحرينية حتى اضحت مدرسة عريقة ارسى قواعدها رواد وأسماء لامعة في سماء الصحافة الوطنية اشتهرت خليجياً وعربياً.

وقامت الصحافة البحرينية على اكتاف عدد من عمالقة فن الصحافة والادب على رأسهم عبدالله الزايد ، محمود المردي، علي سيار، حسن الجشي، أحمد محمد يتيم ، تقي البحارنة، عبدالله الوزان، عبدالله المدني، وغيرهم الكثير.

وتمتعت الصحافة البحرينية بسقف كبير من الحرية، ارسى وعزز اركانها المشروع الإصلاحي لعاهل البحرين الملك حمد بن عيسى آل خليفة ملك مملكة البحرين، وأكد عليها دستور مملكة البحرين مما أدى إلى أن تأخذ دورها في تنمية المجتمع التي هي مرآته وتمثل حلقة الاتصال بين المواطن والدولة وما يجري من أنشطة وفعاليات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وفنية، سيما أن الصحافة البحرينية فتحت صفحاتها لكافة ألوان الطيف السياسي .

وقد بلغ عدد الصحف الصادرة في مملكة البحرين منذ العام 1939 أكثر من 115 جريدة ومجلة متنوعة الاهتمامات كان لها دور حيوي بارز في اثراء الحركة الفكرية والثقافية في المجتمع وتعزيز القيم الوطنية غير ان بعضها امتنع عن الصدور لأسباب مالية واقتصادية.

وتجسيدا للطفرة النوعية والكمية التي تشهدها الصحافة البحرينية منذ تقلد جلالته سدة الحكم

في مملكة البحرين في العام 1999 ارتفع مستوى طرح الصحف من حيث «التحرير والنقد» بكل قوة وحرية، كما زادت أعدادها في فترة قياسية من أربع صحف يومية فقط قبل تولي جلالة الملك مقاليد الحكم في عام 1999 وهي (أخبار الخليج 1976، جلف ديلي نيوز 1978، الأيام 1989، بحرين تريبيون 1997) إلى 14 صحيفة يومية وأسبوعية حتى عام 2012، أي بإضافة عشر صحف جديدة في 11 سنة من عمر العهد الإصلاحي الزاهر ، وتتمثل في خمس صحف يومية هي (الوسط 2002.. «توقفت في 2017»، الميثاق 2004 توقف لأسباب مالية، الوطن 2005، الوقت 2006 قبل توقفها لاحقا لأسباب مالية ايضا ،البلاد أكتوبر 2008)، وخمس صحف أسبوعية هي (العهد نوفمبر 2003، النبأ يونيو 2008، جلف ويكلي نوفمبر 2002، التجارية، أسواق فبراير 2009، كما صدر عن شركة الوطن للصحافة والنشر اول مصحيفة رياضية متخصصة EXTRA SPORT 2017، وذلك الى جانب اصدار العشرات من المجلات والمطبوعات والنشرات الدورية المتخصصة عن العديد من الجهات الرسمية والاهلية من بينها 65 مجلة أسبوعية وشهرية .

ويعتبر الاديب والصحافي الراحل عبدالله الزايد الأب الروحي للصحافة البحرينية الذي يرجع له الفضل في تأسيسها بالعمل على إصدار أول صحيفة أطلق عليها اسم «جريدة البحرين» والتي صدرت بين سنوات 1939 ـ1944 «لتكون أول صحيفة أسبوعية تصدر في منطقة الخليج العربي»، وركزت على تناول اللبنات الأولى للشأن السياسي والثقافي والأدبي والاجتماعي المحلي، صدرت بعدها «الجريدة الرسمية» الصادرة في عام 1948 و تميزت بتغطية الأخبار المحلية والرسمية.

وبحسب كتاب/ الصحافة في البحرين : رصد الصحف المتوقفة والجارية :1939ـ2003 للدكتور منصور سرحان / فقد شهدت مملكة البحرين خلال الفترة التي رصدها الكتاب صدور مجموعة متنوعة من الصحف بين جريدة ومجلة بلغ عددها 109، توقف منها 19 جريدة و16 مجلة.

وبحسب الكتاب الاول من نوعه الذي يهتم ببليوغرافيا الدوريات في مملكة البحرين فقد قامت صحافة الخمسينيات ـ عدا جريدة «الخميلة» ـ ببث الوعي القومي بين المواطنين، واتجهت مجلة «صوت البحرين» إلى مخاطبة العالم العربي بدلا من البقاء وسط المجتمع المحلي، مما جعلها تصدر بلغة عربية رصينة وهو ما ساعدها على الانتشار في البلدان العربية إبان تلك الفترة التي أصبح غليان القومية العربية ينتشر بين أوساط المجتمع العربي بشكل عارم. ولعبت جرائد الخمسينيات وبخاصة «القافلة» و«الوطن» و«الميزان»، وحتى «الشعلة» التي صدر عدد واحد منها، دورا بارزا في مقارعة الاستعمار، والإشادة بالوعي القومي، ومناصرة ثورة 23 يوليو 1952 بمصر، وانتقاد الأوضاع السياسية التي تعيشها البلاد تحت الحماية البريطانية، مما أدى بالإنجليز إلى إيقافها جميعا في عام 1956.

وشهد عقد الخمسينيات صدور ثلاث جرائد سياسية لم يكن للشأن المحلي حضور بارز فيها، بل ركزت جل اهتمامها على نقل الأخبار العالمية والعربية ، وتتمثل تلك الصحف في كل من جريدة «الخليج» التابعة لجريدة «الديلي ميل» البريطانية، وجريدة «الخليج العربي» التي كانت تصدرها شركة الخليج المحدودة، و«أخبار الخليج» التي هي فرع من جريدة «البصرة».

وانقطعت الأخبار المحلية بتوقف الصحف الوطنية، واستمر الوضع هكذا حتى عام 1957 حين

أصدرت شركة نفط البحرين المحدودة (بابكو) نشرة أسبوعية أطلق عليها «النجمة» الأسبوعية التي أخذت تنشر الأخبار المحلية والرسمية إلى جانب نشرها للأخبار المتعلقة بشركة بابكو، وبلغ عدد الجرائد والنشرات التي كانت تصدر في الخمسينيات 11 جريدة ونشرة، ابرزها أول مجلة سياسية وثقافية في البلاد بعنوان «صوت البحرين» العام 1950 و جريدة (القافلة) 1952 وبعد توقفها صدرت جريدة «الوطن» العام 1955 لكنها توقفت عن الصدور بعد عام واحد.

من جهتها عرضت صحف الستينيات الأخبار والمقالات السياسية الأخرى دون التعرض إلى التحليل إلا فيما ندر، وتعد فترة الستينيات رغم ضعفها من حيث عدد الصحف الصادرة ونوعيتها فترة انبعاث جديد لإصدار صحف يومية ومجلات دورية.

وقد مثلت محاولة إصدار جريدة «الأضواء» الأسبوعية في عام 1965 وتوقفت في عام 1993، و«أضواء الخليج» اليومية في نوفمبر من عام 1969 وتوقفت في إبريل 1970، و«صدى الأسبوع» في عام 1969 علامات بارزة في تاريخ الصحافة البحرينية.

وركزت المجلات التي صدرت في الستينيات على التجارة والسياحة ، وتتمثل تلك المجلات في: «الحياة التجارية» 1962، و«الأسواق العربية» 1972-1968، و«المرشد» 1969. 1975، مما جعل لهذه الفترة خصوصيتها بالتركيز على السياحة والتجارة .

واتجهت صحافة الستينيات ممثلة في جريدة «الأضواء» الأسبوعية، و«صدى الأسبوع» إلى تغطية الأخبار السياسية بشكل مركز لتتميز في هذا المجال، كما اتجهتا إلى الإشادة بالقضايا التطويرية الحاصلة في البلاد آنذاك. وخصصت بعض الصفحات في كلتا الصحيفتين لقضايا الأدب والثقافة والفن مما شجع العديد من الأقلام الشابة على البروز مستفيدين من الفرص المتاحة لهم في نشر إنتاجاتهم.

وتعد فترة السبعينيات البداية الحقيقية لإصدار الصحف المتنوعة في البحرين ، فقد صدر خلال هذا العقد ثلاث صحف ونشرتان. ففي سنة 1971 صدرت جريدة يومية بالإنجليزية هي The Gulf Mirror استمرت حتى سنة 1987 ، وصدرت نشرة أسبوعية عن وزارة الإعلام وهي «أخبار البحرين» الأسبوعية واستمرت هذه النشرة في الصدور بين سنوات 1974-1972، وصدرت نشرة ثانية بعنوان «أخبار العالم» اليومية وهي نشرة إخبارية يومية تنقل أخبارها عن وكالة رويتر، وقد صدرت في سنة 1973 وتوقفت في عام 1974.

وفي سنة 1976 صدرت «أخبار الخليج» اليومية، ولحقتها في سنة 1978 جريدة يومية باللغة الإنجليزية هي. Gulf Daily News ، وتزامن معها تأسيس وكالة انباء الخليج «البحرين حاليا في ابريل 1978» وعرفت فترة السبعينيات إصدار 17 مجلة اهتمت بالشأن الاجتماعي والعسكري والرياضي والثقافي والاقتصادي والطبي والأمني، وقد استمر البعض منها في الصدور إلى يومنا الحالي ، فيما توقف البعض الآخر عن الصدور.

وبإلقاء الضوء على صحافة السبعينيات يرى فيها بعض النضوج الواضح في بنية الأداء الصحفي، كما يلاحظ تطرقها للعديد من المواضيع المختلفة كالمواضيع السياسية والاقتصادية والتربوية والدينية والرياضية والأدبية والثقافية، واتاحت للقارئ الكريم خيارات عديدة لانتقاء ما يناسبه من مواضيع مختلفة.

ومن الأسباب التي ساعدت على إصدار هذا الكم من الصحف المتنوعة في حقبة السبعينيات، ازدهار الحركة الأدبية في البلاد، وكانت هذه الفترة بالذات فترة الانطلاقة نحو الحداثة، وقد ساهم ذلك في إبراز العديد من الأقلام الواعدة التي كانت تبحث عن أرضية لها في تلك الصحافة.

وتميزت فترة الثمانينيات بنضج الحركة الأدبية والثقافية في البحرين، وكانت هذه الفترة بحق فترة ازدهار الكتابة والتأليف المتنوع في البلاد. ومما عزز غزارة الإنتاج الفكري خلال عقد الثمانينيات ما طبع فيه من كتب بلغ عدد عناوينها ستمائة وخمسة عناوين تناولت موضوعات مختلفة.

وقد أدى الازدهار الثقافي إلى زيادة إصدار الصحف المتنوعة ومن بينها «جريدة الأيام» اليومية التي بدأت في الصدور في السابع من مارس عام 1989. وقد سبق إصدار جريدة الأيام) إصدار «نشرة بابكو الإخبارية» في عام 1981 باللغتين العربية والإنجليزية، وهي نشرة متخصصة في أخبار شركة بابكو، إلا أنها تنشر صورا قديمة ومهمة لتاريخ البحرين الحديث.

وشهد عقد الثمانينيات تجربتين فريدتين في إصدار المجلات ، فقد صدرت «النشرة التشكيلية» في سنة 1980 وتوقفت في عام 1996، وصدرت مجلة «فيديو ترونك» في عام 1983 وتوقفت في عام 1986، ويعد إصدارهما تطور نوعي في إصدار المجلات المحلية، إذ أنها المرة الأولى التي تصدر فيها مجلات فنية متخصصة.

واستمرت جذوة النشاط الصحفي في فترة الثمانينيات في التوهج، فقد صدرت «أخبار التربية» في عام 1981، وفي سنة 1982صدر العدد الأول من مجلة «الوثيقة»، وتهتم هذه المجلة بنشر الوثائق التاريخية وتحليلها. وأصدرت جمعية المحامين البحرينية أول مجلة لها بعنوان «المحامي» في عام 1982.

كما أصدرت أسرة الأدباء والكتاب في البحرين مجلة «كلمات» وهي مجلة فصلية تعنى بالشأن الثقافي، صدر عددها الأول في عام 1983. وشهدت سنة 1983 إصدار أربع مجلات مختلفة هي بالإضافة إلى «كلمات»، «آفاق أمنية» و«بانوراما الخليج»، و«البحرين الخيرية». وفي عام 1985 صدرت مجلتان مختلفتان في التوجه، هما «المسافر العربي» وهي سياحية، كما صدرت «خليجية للبتروكيماويات» ذات الاتجاه الصناعي.

وفي سنة 1988 صدرت ثلاث مجلات هي «الإصلاح» ذات التوجهات الإسلامية، و«العروبة» وهي مجلة ثقافية تصدر عن نادي العروبة، و«الرعاية» مجلة اجتماعية تصدر عن جمعية رعاية الطفل والأمومة.

وشهدت الفترة منذ تسعينيات القرن الماضي إصدار مجلات تربوية وثقافية واجتماعية وتجارية ورياضية وسياسية وبعض المجلات المحكمة، حيث لعبت جامعة البحرين وبعض وزارات المملكة وبقية مؤسسات المجتمع المدني دوار مهما في إصدار العديد من الدوريات المتنوعة وبعضها دقيق التخصص.

ويمكن تتبع إصدار المجلات وفق سنوات إصدارها وفق الفترة من 2000 إلى 2003 صدرت في عام 2000 ثلاث مجلات هي «مجلة العلوم التربوية والنفسية» وهي مجلة فصلية علمية متخصصة محكمة صادرة عن جامعة البحرين، و«المجلة العربية للغذاء والتغذية» الصادرة عن مركز البحرين للدراسات والبحوث، و«التربية» وتعنى بشئون التربية والتعليم وتصدر عن وزارة التربية والتعليم.

وشهد عام 2001 إصدار أربع مجلات هي «التدريب وتنمية الموارد البشرية» الصادرة عن وزارة العمل والشئون الاجتماعية، و«المعارض والمؤتمرات العربية» الصادرة عن الاتحاد العربي للمعارض والمؤتمرات الدولية، و«البحرين الرياضية»، و«نشرة محافظة العاصمة».

وفي عام 2002 صدرت سبع مجلات هي «التجارة والصناعة» الصادرة عن وزارة التجارة، «أوراق نسائية» الصادرة عن جمعية فتاة الريف، «ثقافات» الصادرة عن جامعة البحرين، «أوان» الصادرة عن جامعة البحرين، «الوراقة» الصادرة عن جمعية المكتبات البحرينية، «صهيل الخيل» الصادرة عن نادي البحرين لسباق القدرة للخيل و«عالم الطب والصحة».

وصدرت خمس مجلات في عام 2003 هى «التجديد» الصادرة عن جمعية التجديد الثقافية الاجتماعية، «الاستقامة» الصادرة عن جمعية التربية الإسلامية، «صحتكم هدفنا» الصادرة عن مستشفى البحرين التخصصي، «النواب» الصادرة عن الأمانة العامة بمجلس النواب، و«الديمقراطي» الصادرة عن جمعية العمل الوطني.

كما تشهد البحرين حراك ثقافي وادبي في مجال الاصدارات الادبية والمرئية وتسهيلات تعكس مع تتمتع به مملكة البحرين من بيئة حاضنة للفكر والادب وضمان حرية التعبير حيث يشير مدير وسائل الاعلام في وزارة الاعلام البحرينية يوسف محمد اسماعيل في تصريحات حول انجازات العام 2016 ان الادارة قامت بفسح (91963) عنوان من الخارج بواقع (2436837) نسخة، وإجازة (320) مطبوع محلي، وتم إجازة(70) نص مسرحي، و(6) مسلسلات لشركات إنتاج بحرينية، و(9) أفلام قصيرة، وإجازة توزيع (33) مطبوع من الخارج، ، وإجازة نشر تقويم (3).

الصحافة ومفهومها



ماهية الصحافة

الصحافة، بكسر الصاد، من صحيفة. وجمعها: صحائف أو صحف. والصحيفة هي الصفحة، وصحيفة الوجه، أو صفحة الوجه، هي بشرة جلده. والصحف وصحائف هي الكتاب، بمعنى الرسالة، وفي القرآن الكريم: هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الأُولَى (18) صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى (الأعلى: 19-18). والصحف، هنا، بمعني الكتب المنزلة.

والصحيفة، أو الصفحة، هي القرطاس المكتوب، أو ورقة الكتاب بوجهيها. وورقة الجريدة بها وجهان، أي صفحتان، أو صحيفتان؛ فسميت صحيفة، ومنها جاءت كلمة: صحافة، والمزاول لها يسمى صحفياً بكسر الصاد، أو صُحفياً، بضم، أو فتح الصاد.

تسمى الصحافة في الإنجليزية journalism من الأصل journal أحد مشتقات كلمة jour الفرنسية، أي يوم، وكلمة journal في الفرنسية تعني، في الأساس، يومي، من يوم، أما الجريدة فتسمى، بالفرنسية، journale أي يومية، وبالإنجليزية newspaper وهي كلمة، من الكلمات الإنجليزية المركبة، من news أي أخبار، وpaper أي ورق، ومعناها مجردة «ورق الأخبار».

وتُعرف الصحافة، بكسر الصاد، بأنها مهنة من يجمع الأخبار، والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة. والصحيفة هي مجموعة صفحات، تصدر يومياً، أو في مواعيد منتظمة، وتتضمن أخبار السياسة، والاقتصاد، والاجتماع، والثقافة، وما يتصل بها.

تستخدم كلمة press الإنجليزية، بمعنى صحافة، وتعني شيئاً مرتبطاً بالطبع، والنشر، والأخبار والمعلومات، وكذلك journalism بمعنى صحافة، وjournalist بمعنى صحفي. ومنها اشتق المصحف (بضم الميم أو كسرها)، بمعنى الكتاب، الذي جمعت فيه الصحف، أي الأوراق والرسائل.

المفهوم الاصطلاحي للصحافة

الصحافة هي جمع الأخبار ونشرها، ونشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات، مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإليكترونية. أمّا الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد، وبعض المجلات، وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى.

والصحافة، كذلك، هي صناعة الصحفي، والصحافيون هم القوم الذين ينتسبون إليها، ويعملون بها. أول من استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي، كان الشيخ نجيب الحداد، منشئ جريدة «لسان العرب»، في الإسكندرية، وحفيد الشيخ ناصيف اليازجي، وإليه يرجع الفضل في هذا المصطلح «صحافة»، ثم قلده سائر الصحفيين، بعد ذلك.

استخدم العرب والأوروبيون عديداً من المصطلحات لوصف الصحافة، بأشكالها المختلفة. فعند دخول الصحافة، لأول مرة، في مطلع القرن التاسع عشر، كان يُطلق عليها لفظة «الوقائع»، ومنها جريدة الوقائع المصرية، كما سمَّاها رفاعة الطهطاوي. وسميت كذلك «غازته»، نسبة إلى قطعة من النقود، كانت تباع بها الصحيفة. كما أطلق عليها الجورنال.

وقد أطلق العرب لفظ الغازته على الصحف، في أوائل عهدها، تقليداً للأوروبيين؛ حيث يقال إن أول صحيفة، ظهرت في البندقية، عام 1656، كانت تسمى غازته؛ فشملت هذه التسمية، فيما بعد، كل الصحف، بلا استثناء.

ومن المسميات، التي أُطلقت على الصحافة، «الورقة الخبرية» و«الرسالة الخبرية» وقد استعملتها جريدة المبشر، وأكثر الصحف العربية، في الجزائر ومنها كذلك «أوراق الحوادث»، وهو الاسم الذي أطلقه، للدلالة على صحف الأخبار، نجيب نادر صويا، منشئ مجلة «كوكب العلم»، في القسطنطينية.

وهناك، كذلك، اسم «المجلة» وأول من استعمله، في الوطن العربي، كان الشيخ إبراهيم اليازجي، عندما أصدر مجلة «الطبيب»، عام 1884. ولفظة المجلة أصلها الفعل «جل»، أي علا وسما مقاماً، أو وضح وظهر. ومن ثم فإن اسم المجلة يعني إيضاح الحقائق.

وقد اندثرت المسميات السابقة كلها، ولم يبق منها سوى: الجريدة Newspaper والمجلة Magazine

أولاً: الجريدة Newspaper

هي وسيلة اتصال مطبوعة، تصدر بشكل دوري، اشترط لها الباحث الألماني، اوتوجروت، عام 1938، خمسة معايير أساسية، تميزها عن غيرها، من وسائل الاتصال، وهي:

1. أن تُنشر بشكل دوري، لا يتجاوز أسبوعاً.
2. أن تُطبع بآلات الطباعة.
3. أن أي شخص، يستطيع دفع سعر هذه المطبوعة، ينبغي أن يكون له حق الحصول عليها، أي أنها متاحة لكل شخص، وليس فقط لنخبة مختارة، أو مؤسسة، أو منظمة ما.
4. أن محتواها ينبغي أن يتنوع، ويشمل كل ما يهم الجماهير. بكافة طوائفها.
5. أن تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها، مع شيء من الاستمرارية.

ويحدد مؤرخ الصحافة الأمريكي المعروف، ادوين ايمري، سبعة معايير، أو سمات، للجريدة هي:

1. أن تنشر أسبوعياً على الأقل.
2. أن تطبع بآلات الطباعة.
3. أن تكون متاحة لجميع طوائف المجتمع وفئاته.
4. أن تنشر الأخبار ذات الاهتمام العام في المجالات ذات الموضوعات المتخصصة.
5. أن يستطيع قراءتها كل من تلقي تعليماً عادياً.
6. أن ترتبط بوقتها.
7. أن تكون مستقرة، عبر الوقت.

وتشمل الجرائد، كلاً من: الجريدة اليومية، التي تصدر أربع مرات، أسبوعياً، على الأقل، وغير اليومية، التي تصدر أقل من أربع مرات، أسبوعياً.

ثانياً: المجلة Magazine

تعود كلمة مجلة Magazine إلى الكلمة الفرنسية Magazin المأخوذة عن كلمة «مخزن» العربية، وقد استعمل هذا المصطلح، تاريخياً، لأول مرة، عام 1731، ليصف الصحيفة التي لها شكل الجريدة، متنوعة المحتوى؛ وذلك لأن الجريدة مخصصة، بشكل محدد، للأخبار والأخبار السريعة والمحلية، بينما تقدم المجلات قصصاً، ومقالات، ودراسات جادة، ومواد أخرى للتسلية.
ولعل أكثر التعريفات قبولاً، هو تعريف فرانك لوثرموت، للمجلة بأنها: «مطبوع مغلف، يصدر بشكل دوري، طويل أو قصير، ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة».

وهناك عدة مصطلحات تستعمل جميعها، في وصف المجلة، وهي كما يلي:

1. المطبوع Publication

أية مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعاً، مثل: الجرائد، والكتيبات والكتب، والنشرات، والمطبوعات، والبطاقات، والجداول، والملصقات. وبعض هذه المواد المطبوعة تصدر، بشكل دوري منتظم.

2. الدورية Periodical

وتعني أي مطبوع، يصدر بصفة دورية، وقد استعمل هذه المصطلح، في البداية، للإشارة إلى عمل يكتبه مؤلف واحد، على الرغم من طبعه، في أجزاء متكررة، على فترات، وقد اعتاد كبار الكتاب، في بريطانيا أن ينشروا رواياتهم، بهذا الشكل، فكثير من روايات تشارلز ديكنز نشرت دورية، مثل «ديفيد كوبر فيلد»، و«الأوقات الصعبة»، وهناك روايات أخرى ظهرت، في سلاسل شهرية.
وعلى الرغم من أن كل المجلات دوريات؛ لأنها تصدر بشكل دوري، فإن كل الدوريات ليست، بالضرورة، مجلات وروايات. كما استعمل مصطلح «دورية» ليشير إلى نمط، من مقالات الجرائد،

يتميز عن مقالات المجلة العامة، ومع نهاية القرن التاسع عشر، استعمل ليعبر عن كل مطبوع، يصدر بانتظام، عدا الجرائد.

ويرى آخرون أن مصطلح «دورية» يشمل الصحف والإصدارات، بمختلف أغراضها، وأشكالها وفترات ترددها، ويرى أن الدورية تنقسم إلى ثلاث فئات أساسية هي:

أولها: فئة الدوريات الصادرة عن الجامعات، ودوريات تتناول موضوعات عامة، ودوريات تصدرها جهات أخرى، ولكنها لا تخضع للمعايير العلمية، بحكم الوظائف التي تؤديها.

وثانيها: فئة دوريات العمل، التي تصدر، بنوعيها الخارجي والداخلي، عن الوزارات، والمصالح الحكومية، أو المؤسسات شبه الحكومية.

وثالثها: فئة الدوريات التجارية وهي دوريات المؤسسات الصحفية، ودوريات تصدرها هيئات ومؤسسات عامة، ويصدرها أفراد.

3. الجورنال Journal

كلمة Journal فرنسية تعني «كتاب يومي»، وتعني بالإنجليزية Daily Book ويعادلها كلمة Diurnals اللاتينية. وهي مشتقة من كلمة Jour الفرنسية (يوم) وكلمةDurnali (يومي). وقد تطورت واستعملت في أوروبا، خاصة في إنجلترا وفرنسا في القرن الثامن عشر، للتعبير عن الجريدة اليومية. والآن تطلق كلمة Journal على ذلك النمط الجاد جداً، من المجلات، الذي تصدره جماعات الأطباء، والعلماء، والمهندسين، والكيميائيين، على سبيل المثال. والغريب أن هذا المصطلح، الذي كان، في الماضي، يعبر عن الجريدة اليومية، أصبح الآن يعبر عن معظم المجلات، التي يصدر الكثير منها، بشكل ربع شهري، أو نصف سنوي، أو سنوي.

وعلى الرغم من ذلك، فليس كل هذه المجلات «Journals» لها الطابع الجاد المتخصص، فهناك أنماط من مجلات ذات مضمون أخف مثل Ladies Home Journal، Woman journal.. وهناك نمط ثالث، يقع بين هذين النمطين، تصدره جماعات مهنية، أو منظمات مثل British Legion Journal.

4. الاستعراض، أو المتابعة، أو المعاينة Review

استعمل مصطلح Review لسنوات عديدة، ومازال يطلق، حتى الآن، على المجلة، التي تحتوي على مواد أدبية، ومقالات نقدية، وتعليق على الأحداث الجارية. ويستعمل هذا المصطلح، الآن، في مجال الصحافة ليشير إلى: الوصف النقدي لكتاب جديد، أو مسرحية، أو فيلم، أو تسجيل، أو برنامج إذاعي، أو تليفزيوني.

وبعض المجلات تسمى نفسها Reviews أو يشار إليها بأنها Reviews وهي، في غالبيتها، مجلات تتعامل مع أحداث إخبارية جارية، ووقائع حديثة، في عالم الغناء، والموسيقى، والكتب، أي أنها تعيد النظر Review فيما حدث أو تستعرضه، وخاصة ما سبق نشره في الجرائد.

5. الكتاب The Book

كثيراً ما تسمى المجلات كتباً، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ولعل سبب ذلك تشابهها مع الكتاب، في أنها لا تصدر بهدف معالجة وقائع وقتية. والكتاب، وفقاً لما أورده قاموس أكسفورد، هو مجموعة من الأوراق المطبوعة، مثبتة، وموضوعة في غلاف. ولعل وصف المجلات بهذا المصطلح ليس دقيقاً.

6. الجازيت Gazette

تعود إلى Gazette الإيطالية، وهي اسم عملة (من البندقية بإيطاليا) كانت تدفع ثمناً لأول ورقة خبرية هناك، ثم أطلقت على الجرائد، ومازال هناك عدد، من الجرائد المحلية، الخاصة، والرسمية والمجلات، تستعمل هذا الاسم، وهي تتناول موضوعات تهم الناس، بشكل عام.

7. الأداة Organ

كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسي، نقابة مهنية، رابطة أو اتحاد أو أي منظمة، من هذا النوع، ومثل هذه المجلات توظف لنشر الأخبار الرسمية، لتلك المنظمات، التي تصدرها، أي أنها «أدوات» يستخدمها أصحابها، وهذا ما تعنيه الكلمة اللاتينية Organum أي أداة.

8.تعريفات أخرى للصحافة

فمنهم من يعرفها بأنها جميع الطرق، التي تصل، بواسطتها، الأنباء، والتعليقات عليها، إلى الجمهور، وكل ما يجري في العالم، ويهم الجمهور، وكل فكر، وعمل روائي، تثيره تلك المجريات، يكون المادة الأساسية للصحف.

أي أن الصحافة تعني، بهذا المفهوم، فن تسجيل الوقائع اليومية، بدقة، وانتظام، وذوق سليم، مع الاستجابة لرغبات الرأي العام، وتوجيهه، والاهتمام بالجماعات البشرية، وتناقل أخبارها، ووصف نشاطها، ثم تسليتها، وشغل أوقات فراغها، ومن ثم فالصحافة هي مرآة تعكس صورة الجماعة، وأداءها وخواطرها.

ويعرف محمود عزمي، أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين، الصحافة بقوله إنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام، عن طريق نشر المعلومات، والأفكار الجيدة الناضجة، مفعمة ومنسابة إلى مشاعر القراء، خلال صحف دورية.

ويرى ويكهام ستيد، أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، إن الصحافة ليست حرفة، كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة، بل طبيعة من طبائع الموهبة، والصحافيون خدم عموميون، غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع.

ويصف الرئيس الأمريكي جيفرسون الصحافة بأنها أداة لتنوير عقل الإنسان، ولتقدمه ككائن عاقل أخلاقي واجتماعي. ويقول ادولف. س. اوكس، ناشر جريدة نيوورك تايمز، إن الصحافة مهنة لا تستميلها الصداقات، ولا يرهبها الأعداء، وهي لا تطلب معروفاً، ولا تقبل امتناناً، إنها مهنة تتغاضى عن العاطفة، والتحيز، والتعصب إلى أبعد الحدود، فهي مكرسة للصالح العام، ولفضح الألاعيب

والانحرافات، والقصور في الشؤون العامة، وتتعامل بروح العدل والإنصاف، مع أصحاب الآراء المعارضة، مهنة شعارها «ليكن هناك نور».

ويرى الكثير، من خبراء الإعلام، أن الإعلام والصحافة شيء واحد. وفي رأيهم، لا تقتصر كلمة صحافة على المواد المطبوعة، وإنما تشمل كافة وسائل وأجهزة الإعلام. ويقسمون الصحافة إلى الصحافة المطبوعة، ويقصدون بها الصحف المطبوعة. والصحافة المسموعة، أي الإذاعة. والصحافة المرئية أي التليفزيون، أي كافة أجهزة الإعلام التي تستخدم الصورة بجانب الصوت، والكلمة المقروءة أو المنطوقة. بينما يرى آخرون أن الصحافة هي إحدى أجهزة الإعلام والاتصال الرئيسية، وأقواها أثراً، وأبقاها تأثيراً.

وتصف موسوعة انكارتا، التي تصدر على شبكة الإنترنت، الصحافة بأنها جمع وتقييم ونشر الحقائق، عن الأحداث الجارية. وترى أن الصحافة الأصلية تتضمن فقط المواد المطبوعة، مثل الجرائد، والدوريات، ولكنها، في القرن العشرين، تتضمن وسائل أخرى، مثل الراديو، والتليفزيون وخدمات شبكات الحاسبات الإلكترونية.

ويرى فاروق أبو زيد أن الصحافة كلمة تستخدم للدلالة على أربعة معان:

المعنى الأول:

الصحافة بمعنى الحرفة، أو المهنة، ولها جانبان: جانب يتصل بالصناعة والتجارة، من خلال عمليات الطباعة، والتطوير والتوزيع والتسويق والإدارة والإعلان. وجانب يتصل بالشخص، الذي اختار مهنة الصحافة، فمنها اشتقت كلمة صحفي، أي الشخص الذي يحصل على الأخبار، ويجري الأحاديث، والتحقيقات الصحفية وكتابة المقال والتعليق الصحفي وكافة الفنون الصحفية الأخرى.

المعنى الثاني:

الصحافة بمعنى المادة، التي تنشرها الصحيفة، كالأخبار، والأحاديث والتحقيقات الصحفية، والمقالات، وغيرها من المواد الصحفية. وهي، بهذا المعنى، تتصل بالفن وبالعلم، فهناك فنون التحرير الصحفي، على اختلاف أنواعها، من فن الخبر، إلى فن الحديث، إلى فن التحقيق إلى فن المقال، إلى فن العمود، وهناك كذلك فنون الإخراج الصحفي وهي كذلك متنوعة.

وقد تطورت الفنون الصحفية، وصار علماً، له قواعد وقوانين. ومن ثم فالصحافة تتصل بالفن كذلك، من حيث أن الموهبة شرط لازم للصحفي، الذي يقدم للصحيفة، خبراً أو حديثاً أو تحقيقاً أو مقالاً، فالصحافة إذاً حرفة وفن وصناعة، وهي كل ذلك في آن واحد، وبنسب مختلفة، حسب استعداد المحررين وميلهم، وكذلك حسب الظروف التي يعملون فيها.

المعنى الثالث:

الصحافة بمعنى، الشكل الذي تصدر فيه، فالصحف دوريات مطبوعة تصدر، من عدة نسخ، وتظهر، بشكل منتظم، وفي مواعيد ثابتة متقاربة، أو متباعدة.

المعنى الرابع:

الصحافة بمعنى الوظيفة، التي تؤديها في المجتمع الحديث، أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان، الذي يعيش فيه، وهي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي، في المجتمع، الذي تصدر فيه الصحيفة، ونوعية النظام السياسي، والاجتماعي القائم ثم بالأيديولوجية، التي يؤمن بها هذا المجتمع. وهو الأمر الذي انتج المدارس الصحفية المتباينة.

الكتابة للصحافة وفنونها



مقدمة :

على الرغم من أن الفنون الصحفية تكتب بحروف وكلمات عربية إلا أنها ليست كتابة عادية . ولها مفهوم يميزها عن أنواع الكتابة الأخرى.

الكتابة الصحفية مرت بعدة أطوار منها:

- النصف الأول من القرن العشرين: صعوبة والتفاف وقراءة أي نص الآن أمر غير سهل.
- النصف الثاني وما بعده بدأت تميل إلى السهولة والبساطة والسرعة في الفهم ومن سماتها الحديثة:

أ. الشكل جملة قصيرة ، فقرات صغيرة ، العناوين والصور التي تغني عن آلاف الكلمات .. والإخراج الذي سهل القراءة .

ب. المضمون: موضوعات قصيرة وغير طويلة وغير متضمنة تناول الموضوعات بسطحية، بدائل أخرى للتعبير غير الكلمة كالكاريكاتير والصور والرسوم الإيضاحية والتعبيرية.. بحيث يتناسب مع إيقاع العصر الذي يعتمد على السرعة.

والتحرير الصحفي- كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة هو العملية اليومية أو الأسبوعية، حسب دورية الإصدار، التي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية، والكتابة الصحفية، أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية، أو المعلومات، التي جمعها من المصادر المختلفة، في الأشكال، أو القوالب الصحفية المناسبة، والمتعارف عليها، ثم المراجعة الدقيقة وإعادة الصياغة لها.

وتبدأ عملية التحرير الصحفي فور عملية الكتابة الصحفية؛ فالمحرر يكتب المادة، في الشكل، الذي اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر، ويراجعه المحرر المسؤول، أي يحرر ما كتبه. وقد تبدأ العملية، وتنتهي مع المحرر، الذي يقوم بالعمليتين معاً، الكتابة Writing، والتحرير Editing.

وتعني كلمة تحرير editing إعداد كتابات الآخرين للنشر، ومنها جاءت كلمة Editor، أي محرر، أو رئيس تحرير. والمحرر الصحفي الناجح هو، الذي ينجح في الكتابة، بلغة صحفية مناسبة وجيدة، مما يجعل هذا النص الصحفي، خبراً كان، أو موضوعاً، لا يحتاج إلى عملية تحرير جديدة،

تتضمن المراجعة، وإعادة صياغة بالحذف، أو الإضافة أو تغيير الأسلوب، أو البناء الفني للنص.
والتحرير الصحفي، أو فن الكتابة الصحفية كفن كتابي يختلف عن فن الكتابة العلمية، حيث تعتمد الأخيرة على المصطلحات العلمية، أو الفنية المحددة الدقيقة، التي قد لا يفهمها، إلاّ أصحاب التخصص الدقيق، كما تختلف عن الكتابة الأدبية، التي تعتمد على الخيال، والبلاغة اللفظية، والاستطراد وتخاطب مشاعر المستقبل، وتتوجه إلى قارئ، يبحث عن متعة جمالية وفكرية.
بينما يعتمد التحرير الصحفي، على الأسلوب العلمي الأدبي، أو اللغة الوسطى، التي يسميها البعض، باللغة الصحفية، أو اللغة الإعلامية، ذات الأسلوب الصحفي أو الإعلامي، الذي يفهمه قارئ الصحيفة العادي، وذات الأشكال، أو القوالب الفنية المتميزة، التي يتم، من خلالها، نقل المضمون الصحفي.
والتحرير الصحفي هو نوع جديد من النثر، أضافه أساتذة الصحافة والأدب، إلى أنواع النثر التقليدية (العادي - العلمي - الفني)، هو النثر العملي، أو الصحفي وذلك بعد ظهور الصحافة، في القرن التاسع عشر، وقالوا إن هذا النثر يقف، في منتصف الطريق، بين النثر الفني، أي لغة الأدب، وبين النثر العادي، أي لغة التخاطب اليومي، وله من النثر العادي، ألفته وسهولته وبساطته ومباشرته وشعبيته، وله من النثر الفني، حظه من التفكير وحظه من عذوبة التعبير. ولعل ذلك المفهوم للنثر العلمي أو الصحفي، هو الذي جعل بعض أساتذة الصحافة يطلق على لغة الصحافة وصف الأدب العاجل. أو الأدب غير الخالد.

الأسلوب الصحفي

الواقع الصحفي يقول: إن هناك أسلوباً صحفياً، أو أسلوباً معيناً، له سمات التحرير الصحفي، وينبع هذا الأسلوب، من عدة محددات، تتعلق بطبيعة الصحافة، كوسيلة اتصال، من حيث حجم الصحيفة، والمساحة المحدودة، وجانبها التقني، وطبيعة دوريتها، أو توقيت إصدارها، الذي يقتضي السرعة والاختصار والتركيز، وبوظيفتها العامة، وهي التعبير عما يحدث، في الحياة اليومية، والتي يطلق عليها الوظيفة الإخبارية - كوظيفة أساسية - إذ تقوم بنقل الأخبار إلى كل فئات الرأي العام.

ويتخذ التحرير الصحفي أشكالاً أو قوالب خاصة، لها قواعدها المتعارف عليها. وفي النهاية يخرج المقال الصحفي بأنواعه المختلفة ووظائفه المتنوعة. وله تصميماته المختلفة، وفي أحيان كثيرة مع الصور والرسوم المناسبة المختارة.

كما تبني بعض الصحف منهجها على الصدق، والتثبت من صحة الخبر، قبل كل شيء، وبعضها يبني منهجه على ما يسمى بالسبق الصحفي، حتى ولو ضحى، في سبيل ذلك بالتثبت من صحة الخبر. وكل من المنهجين يستند إلى حقيقة نفسية عند القراء؛ فأصحاب السبق الصحفي يراهنون على الفضول البشرى، والرغبة في الاستطلاع، ومعرفة الأسرار والمفاجآت إشباعاً للغرور، أو ترضية للهفة البشرية.

قد يكون منهج التثبت أكثر جدية، في الصحافة، واحتراماً لرسالتها، بل واحتراماً للقراء، وأصحاب هذا المنهج لا يرون، في صحفهم، مجرد أداة للإعلان، بل سجلاً للتاريخ، ومن ثم قد لا يأنفون من نشر خبر، سبق أن نشرته صحف أخرى، وإن كان بعضها لا يضع مثل هذه الأخبار السابقة في الأماكن البارزة، من الصحيفة، ولا في صفحاتها الرئيسة.

ثوابت الكتابة الصحفية

يرى بعض الخبراء في مجال الصحافة انها لها ثوابت ومنها :

1. الاتصال المباشر بمواقع وشخصيات الأحداث يثري الكتابة الصحفية.
2. الفنون الصحفية الشكلية أو المتصلة بالشكل هي فنون مرتبطة مع بعضها البعض ففي الكتابة الصحفية لا يمكن الاستغناء عن الصورة لصالح الكلمة ولا عن الخط لصالح الحرف ولا عن اللون لصالح الفراغ الأبيض فهي فنون مرتبطة تكمل بعضها بعضاً وتجسد المضمون وتخدم أهدافه.
3. فنون الكتابة الصحفية هي أيضاً فنون مرتبطة ببعضها ففي الخبر بعض سمات الحديث وفي التحقيق بعض من سمات الخبر ومثلما ترتبط فنون الشكل مع بعضها فإن فنون التحرير هي أيضاً مرتبطة مع بعضها .
4. هناك أيضاً علاقة قوية بين الفنون الصحفية المرتبطة بالشكل والفنون الصحفية المرتبطة بالمضمون.. فالمضمون الجيد يحتاج إلى إخراج جيد لإبرازه والخلل في التوازن بين جودة المضمون وجودة العرض يقلل من قيمة الكتابة الصحفية .
5. أهمية ودور الصورة والرسم والخريطة ... في الكتابة الصحفية حيث أنها تكسب المادة المكتوبة فاعلية وأهمية ومصداقية .
6. من ثوابت الكتابة الصحفية معرفة الكثير عن تفاصيل الموضوعات من خلال مراكز المعلومات الصحفية وأرشيف الصور .
7. لابد من الالتزام بالموضوع الذي يتناوله الكاتب الصحفي وعدم القفز من موضوع لأخر حتى لا يتحول إلى ثرثرة .
8. احترام سمعة الآخرين وعدم تدمير حقوقهم .
9. التعامل في الكتابة الصحفية بدقة والحذر من الوقوع في الأخطاء والقذف .
10. التفريق بين الإثارة الموضوعية والإثارة الرخيصة مثل الكذب وخدش الحياء وبذاءة الأسلوب.
11. كل ما يكتب في الصحافة له عنوان ويجب الاهتمام به وبقواعد صياغته .
12. الكتابة بأسلوب الارتجاع الفني فالمقدمة يجب أن تحتوي أهم ما في الموضوع ثم تأتي التفاصيل التي تدعم ما ورد في المقدمة .
13. الكتابة الصحفية هي العمود الفقري للعمل الصحفي والمرتكز الأساسي له وهو معيار الحكم على نجاح الصحيفة (موقف جزئياً ، ومعلومات دقيقة ، وتحليل متفوق).

ومن ثقافة الكاتب الصحفي ومن عناصر ثقافته :

أ. المعرفة باللغة وثرواتها اللفظية القرآن الكريم، المعرفة باستخدام المعاجم اللغوية، المتابعة والقراءة المستمرة، التقليد في البداية لكبار الكتاب، معرفة التاريخ والجغرافيا واللغات، الاتصال

بذوي الخبرة والمعرفة للاستفادة من خبراتهم. (الأخلاق، الأمانة، المصلحة العامة، الجرأة، استثمار الوقت، تقبل النقد ، كتمان السر ، ..).

ب. الإلمام بسياسات التحرير واتجاهاتها: الصحفي في هذا الوقت لا تواجهه ندرة الأخبار والمعلومات والصور بل مشكلة الانتقاء والاختيار من الكم الهائل من هذه المواد .جودة المادة، مصداقية معلوماتها وحداثتها لا تعطي دائماً للموضوع القابلية للنشر.. سياسة التحرير لابد أن يضعها الصحفي في اعتباره حتى لا يضيع ما يقوم به من جهد.

جـ .المعرفة باعتبارات الفروق بين الكتابة للجريدة أو للمجلة ففي الجريدة السرعة وفي المجلة التأني وتكثيف التفاصيل، العنوان في الجريدة يعطي أهم العناصر أما في المجلة فإنه يستحث القارئ ويستثيره للقراءة، وفي الجريدة مطلوب الأخبار أما في المجلة فما وراء الأخبار وتحليل وخلفيات في الجريدة لا يركز على لماذا بعكس المجلة ، التحقيق في الجريدة إخباري بينما في المجلة بحثي والمقابلة في الجريدة حديث إخباري بينما في المجلة يعتبر الحديث الرأي والشخصي أهم.

د. الإعداد والتخطيط قبل البدء في الكتابة ولابد من متطلبات منها ـ تحديد مصدر الموضوع ، تحديد عناصره، تحديد نوع المعلومات المطلوبة ، تحديد شخصيات الموضوع ، تحديد عناصر الإيضاح صور ورسوم ....، كتابة التعليقات المصاحبة لعناصر الإيضاح.

هـ . حسن توظيف عناصر الكتابة الصحفية ومنها (العناوين ، طريقة العرض) بحيث توضع الحقائق الأهم فالأقل أهمية ...، الصور والرسوم .. ونشرها.

الكتابة الصحفية والابداعية

هناك فرق واضح بين الكتابة الوظيفية والكتابة الإبداعية من حيث الشكل والمضمون والهدف وطريقة التقديم، كالفرق بين العلم والفن. وقبل أن ننتقل إلى تفصيل أكبر عن الكتابة الخبرية (الصحفية) يجب أن نميز بين الكتابة الوظيفية (الصحفية) والكتابة الإبداعية الأدبية. هناك عوامل مشتركة في النوعين من الكتابة من أهمها الموضوع أي سواء كانت الكتابة وظيفية أم إبداعية فلا بد لها من موضوع تناقشه، ولكن لكل منهما ما يميزه عن غيره؛ فالكتابة الوظيفية هي التي تخدم هدفا معينا أو وظيفة محددة، وظيفة توصيلية فقط لتوصيل المعلومة للناس، وهي في علم الصحافة أو الإعلام نقل الأخبار للناس والقيام بوظائف وسائل الإعلام الأخرى التي سيأتي الحديث عنها لاحقا، حيث أن لها شروطا ومواصفات معينة ينبغي أن تتوفر فيها، وهي تختلف عن الغاية الأدبية التي يسعى الأديب لبيانها فيما يكتب.

الشخص عندما يكتب لغرض ما يجب أن تشتمل كتابته على بعض العناصر التي تخدم هذا الغرض، وأن تجيب عن بعض الأسئلة في الخطاب أو النص الذي تكتبه، وفي حقل الصحافة والاتصال الجماهيري يتحدث المختصون عن أسئلة ستة ينبغي للقصة الخبرية أو النص أن يجيب عليها أو على بعضها، يكتب الصحفي إذا بهدف واضح وهو تغطية أخبار معينة ونقلها إلى القراء في أماكنهم لوضعهم في صورة آخر التطورات والأحداث الساخنة أو الجارية التي تدور حول العالم.

لذلك فإن الكتابة الوظيفية تحمل بعض الصفات غير المتوفر بالضرورة في الكتابية الإبداعية؛ فالكتابة الوظيفية (الصحفية) تكون كتابة موضوعية وتقريرية في وصفها للأحداث بمعنى أن الناقل لها وهو المندوب أو المراسل الصحفي لا يتدخل فيما يجري من أحداث بذاته ويقول برأيي أن هذا الحدث غير صحيح أو أنه لم يجر أو لو فعلوا كذا لكان كذا أو كان من الممكن لو عقد المؤتمر في فندق أفخم لكانت النتائج أفضل. الكتابة الوظيفية أيضا كتابة واقعية أي أنها تنقل الواقع كما هو.

الكتابة الوظيفية كذلك كتابة آنية أو فورية أو هكذا ينبغي أن تكون بحيث تغطي الحدث ساعة وقوعه فما فائدة أن أغطي خبرا في عام 2017 عن أحداث وقعت عام 2000 اللهم إلا إذا لم تكتشف حتى هذا التاريخ بعض جوانب الخبر، أما أن أكتب في خبري أن تشرنوبل حدث عام 1986 في روسيا أو أن نكتب خبرا عن تحرير دولة من الاستعمار وقع قبل سنوات ، لأن الأخبار تفقد معناها أو قيمتها الخبرية بسرعة لأن الأحداث العالمية في تزايد مستمر، فلا تكاد تخلو ساعة من زمن من حدث جديد أو واقعة في أنحاء العالم على وسائل الإعلام أن تغطيها فور وقوعها. غالبا ما تنتهي الكتابة الوظيفية بانتهاء الغاية الموضوعة لأجلها أي نشر الخبر.

والأخبار هي أكثر شيء معرض للتلف في عصر التكنولوجيا والتطور الهائل في صناعة الإعلام الحديثة وفي عصر الانترنت الذي مكن الناس عامة الناس معرفة ما يجري في حينه، بل وأصبح بمقدور عامة الناس وكل الناس أن يقوموا بمهمة الصحفي إلى حد ما.

أما الكتابة الإبداعية فقد تكون هي هدفا بحد ذاتها أي أن الكاتب يكتب لأجل الكتابة والإبداع والتصوير الفني الأدبي لما يكتب، مستخدما كل المحسنات لإبراز ما يريد وليس شرطا أن تكون

الكتابة الإبداعية موضوعية لأنها في العادة تبرز شخصية الكاتب فيما يكتب من نصوص أو لوحات فنية روايات قصائد، فالكاتب في حالة الكتابة الإبداعية يطلق لخياله العنان فيصور أشياء غير موجودة على أرض الواقع وأحيانا تكون الأشياء التي يصورها غير قابلة للوجود لأنها مستوحاة من الخيال، أي إنها مبالغ فيها إلى حد كبير. ولا يعني الخيال توهم أشياء غير موجودة ولكنها الطاقة والقدرة الخلاّقة التي يتمتع بها الكاتب عن غيره، القدرة على توليف العلاقات بين الأشياء التي لا يمكن لغير المبدعين فعله، بينما يقوم الكاتب الوظيفي بمطابقة حدث أو حالة خارجية مع النص الذي كتب، ولا تستخدم المحسنات البديعية والبلاغية إلا في حدود ضيقة.

تجدر الإشارة كذلك إلى أن الكاتب المبدع يمتلك القدرة على كتابة نص وظيفي، أي أن كاتبا أو روائيا لو شاهد حدثا وأراد أن ينقله للصحافة ووسائل الإعلام الأخرى فإن باستطاعته أن يفعل ذلك ويقرر ما حدث بكل موضوعية لكن ليس العكس بالضرورة صحيحا. بمعنى إنه ليس بمقدور كل الصحفيين أن يكتبوا قصصا وروايات بل قد لا يصلح بعضهم أكثر من ناقل للأخبار وربما لم يستطع أن يصيغ الخبر بشكله النهائي لجمهور القراء أو المستمعين، ولذلك سنتعرف على أن هناك كتابة صحفية وتحرير صحفي والفرق بين العمليتين.

ومن الفوارق بين الكتابتين أن الكتابة الوظيفية (الصحفية) تنتهي بانتهاء الغاية الموضوعة لأجلها وهي نشر الأخبار وإعلام الناس، ولا تصلح لإعادتها وتكراراها في كل وقت وحين . بينما نجد أن الكتابة الأدبية تبقى وتدوم سنينا بل قرونا بعد كاتبها ونحن نكررها وربما يعيد مدرس اللغة العربية رواية سنينا متواصلة أو أن يكون ذلك مقررا ومنهجا دراسيا تقرر إدارة المناهج في وزارة التربية على مدار عقد من الزمن. فلا زلنا على الصعيد العربي مثلاً نتغنى ببعض المعلقات من عصور الجاهلية قبل الإسلام ونستذكر كتابات الجاحظ والبلاغيين، والفلاسفة الإغريقيين واليونان وغيرهم، حتى في جامعاتنا يدرس الطلاب الأدب القديم والأدب الحديث والشعر الجاهلي والشعر الحديث وهكذا، ولا أظننا نذكر خبرا عن أحداث تكون قد وقعت لبضعة سنين مضت، أو أشهر قليلة ماضية.

كما أسلفنا فإن الفرق واضح بين الكتابتين كالفرق بين العلم والأدب، بالطريقة العلمية تتبع منهجا محددا لها ضوابط وحدود وأسس معينة يجب أن تطبق، في حين أن الإبداع أو الفن والأدب شيء شخصي وجهد شخصي غير تراكمي على المستوى العالمي، كما في حالة العلوم والاكتشافات، وربما لا يمكن تطبيقه على شخصين وبكل بساطة يمكن أن نقول طريقة فلان في التعبير، وهذا لا ينطبق على النواحي العملية المنهجية. اللغة الوظيفية لها هدف محدد توصيلي غايته أن تصل المعلومة للمستقبل أيا كان وحيث كان بحيث يستفيد منها، بينما تمتلك الكتابة الإبداعية هدفا جماليا غير الهدف التوصيلي، حتى أن كل المتلقين قد لا يستفيدوا من النص الإبداعي وقد لا يرقى كثير من القراء إلى مستوى فهم النص الإبداعي، وهذا لا يمكن حصوله في النص الوظيفي لأن من أبسط شروط التحرير الصحفي هو تبسيط المعاني والكتابة بلغة مفهومة لعامة الناس.

الفرق بين القصة الخبرية والقصة الإبداعية:

1. إن نشر القصة الأدبية يعتبر ميلاداً لها لكي تعيش وتزدهر وتستمر.
2. القصة الخبرية حياتها قصيرة فهي يومية تنشر في الصحف والدوريات اليومية والأسبوعية.
3. تعتبر الدراما مدخل القصة الأدبية.
4. يعتبر الخروج عن المألوف هو المدخل الرئيسي للقصة الخبرية.
5. التعبير الموضوعي عن الحدث من سمات القصة الخبرية.
6. التعبير الذاتي (عن الذات) من سمات القصة الأدبية.

كانت هذه إضاءات على الصحافة كمهنة وعلى الكتابة الصحفية والكتابة الإبداعية والفرق بين القصة الخبرية والقصة الإبداعية. وسننتقل إلى الكتابة الخبرية أو الصحفية التي هي موضوعنا في الصحفات القادمة والتي تختلف عن التحرير الصحفي فهو أدق كثيراً وأشق من عملية جمع الأخبار، وإن كانت العمليتان (الكتابة والتحرير) متلازمتان ومتقاربتان. فما هي سمات الكتابة الجيدة التي ينبغي للصحفي أن يسترشد بها أثناء كتابته للأخبار؟ وما هي اللغة التي يجب أن يستخدمها حتى يمكن تقديمها للناس بطريقة مفهومة.

اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام

المقصود بلغة الإعلام هي اللغة التي تكتب أو تتعامل بها وسائل الاتصال الجماهيري في تقديم موادها المتنوعة للناس. هذه اللغة التي أصبحت الأداة الرئيسية التي تضم لغة ومفردات كل الإنجازات العملية والابتكارات التكنولوجية المعاصرة، وبالتالي فإنها أصبحت من أهم وسائل نشر المعرفة الإنسانية وخصوصا في التعليم غير المنهجي أو غير المؤسسي، حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم معلومات أو تكوين مهارات جديدة عن الحياة من حولنا وبذلك فأننا نتعلم من خلال ما نستقيه منها.

إن لغة الإعلام هي التي تستجيب لمقتضيات العصر ومقتضيات مهنة الصحافة، من حيث التحرير والمساحة والاختصار والموضوعية والأهمية. وتعني الدقة في الكتابة الصحفية أن كل كلمة ينبغي أن تكون في مكانها الملائم من جهة كما تعني عدم نقص أي عنصر له أهمية من جهة أخرى. إن كتابة الأخبار ليست عملية يتحكم فيها المحرر وحده، وهي ليست كتابة إبداعية يكتب ما يشاء، فهناك ضوابط مهنية، وقانونية، ومرجعية، تحكم عمل المحرر عند كتابة الأخبار.

والكتابة الصحفية (Writing): هي طريقة الإنشاء والكتابة الفنية من أجل النشر في الصحف، أو وسائل الإعلام الأخرى أي صناعة الكتابة التي يقوم بها الصحفي.

التحرير الصحفي (Editing):هو العملية التي يقوم بها المحرر الصحفي بالصياغة أو الكتابة الصحفية أي معالجة النص في الأشكال والقوالب الصحفية المناسبة، لتحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات من إطار التصور الذهني إلى لغة مكتوبة أو مسموعة أو مرئية بحيث تكون مفهومة من قبل القارئ والمستمع أو المشاهد العادي.

أثر الصحافة على اللغة:

1. طورت الصحافة لغة خاصة بها . والصحافة أوجدت لها أسلوب خاص بها وكيفت اللغة بما يتلائم مع طبيعتها الخاصة في الانتشار والتوزيع والتنوع وطبيعة العصر في الإيقاع والسرعة.
2. اثر الصحافة على اللغة حدث بعد انفصال الصحافة عن الأدب فظهرت الكتابة الصحفية بأسلوبها المتميز وفنونها الخاصة . ونتيجة لاتصال الصحافة بمراكز المعلومات ومصادرها وبالترجمة وبالأخبار توسعت دائرة معاجمها بالألفاظ المعربة والمركبة والجديدة.
3. سمات الكتابة الصحفية كثيرة منها السهولة والتركيز والوضوح والتنوع والتشويق والإثارة والألفاظ المستحدثة.
4. الكتابة الصحفية ليست حروف وكلمات وجمل فالرسوم والصور والعناوين والألوان وأحجام الحروف (البنط) وشكل المادة وتصميمها وموقعها على الصفحات وطرق تقديمها للقارئ كل هذا يشكل جزء من لغة الصحافة وطرق الكتابة فيها.
5. الكتابة الصحفية مثل غيرها من أنواع الكتابة عطاء يجب أن يسبقه اخذ.

6. الكتابة الصحفية لها سمات عامة إلا أن طبيعة الفن الصحفي تؤثر على كتابة الفن نفسه فالخبر الصحفي يختلف في سماته الخاصة عن المقال وعن التحقيق إلا أنها اختلافات يسيرة يحيطها جميعاً سمات الكتابة الصحفية بشكل عام.

سمات عامة للكتابة الصحفية:

1. السهولة : قريبة إلى الفهم بعيدة عن العمق
2. التركيز : طول الكلام على قدر المضمون
3. الوضوح
4. التنوع: تنوع مستويات الأسلوب
5. التشويق
6. اللفظ المستحدث: ذر الرماد في العيون ، لعب دوراً، اصطاد في الماء العكر
7. الذروة: نهاية القصة قبل بدايتها : ذروة الحدث قبل تفاصيله

وظائف الصحافة

يصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الصحيفة إلى الجمهور، ويزيد من صعوبة تحديدها، تنوعها وتنوع قرائها وتشابك محتواها.

وقد تجاوزت الصحافة، كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية، في أيامنا هذه - بما أتيح لها، من إمكانيات تقنية متطورة وبما اكتسبته، من أهمية في حياة الناس - ما تعارف عليه باحثو الاتصال من وظائف تقليدية لتلك الوسائل - فقد حدد «لا سويل»، في أواخر الأربعينات، من القرن العشرين ثلاث وظائف للإعلام هي: مراقبة البيئة المحيطة، والعمل على ترابط أجزاء المجتمع ووحدته في مواجهة البيئة، والاهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المختلفة.

توالت على تلك الوظائف، الإضافات اللاحقة، التي أسهم بها باحثون آخرون، مثل رايت، الذي أضاف وظيفة التسلية، أو الترفيه، ومثل ديفيتو، الذي أورد وظائف أخرى، كالدعم والمساندة والتعليم؛ ومثل شرام، الذي رأى أن الوسيلة الإعلامية، يمكن اعتبارها مروجاً للسلع والخدمات التجارية بيننا كأفراد، مشيراً بذلك، إلى الوظيفة الإعلانية.

ويؤكد هذا التطور المتواصل، لوظائف الإعلام، في المجتمعات الحديثة، أن الوسيلة الإعلامية غدت اليوم «مؤسسة اجتماعية تمارس دوراً كاملاً، في حياة أفراد المجتمع مثل بقية المؤسسات الاجتماعية الأخرى» إذ تؤدي وظائف تربوية وتعليمية من شأنها أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية، بين فئات المجتمع المختلفة، وأن تحدث تجانساً فكرياً، من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية، وغير إخبارية.

يرى البعض أن من الوظائف الحيوية للصحافة أن تحارب الجمود الفكري، الذي هو إحدى سمات النظم غير الديموقراطية، التي تفرض سلطانها وأسلوب تفكيرها، على أفرادها. بحجة توحيد الصفوف، الأمر الذي يتنافى مع طبيعة تطور المجتمعات.

فمن واجب الصحافة أن تحدث وئاماً، أو تقارباً فكرياً اجتماعياً، من خلال ما تقدمه من ثقافة، ومعلومات، وأخبار على جميع المستويات الاجتماعية، حتى لا تتصف بالتحيز لفئة على حساب الأخرى، وحتى يمكنها الالتزام بالموضوعية.

الصحافة ووظيفة الاستطلاع، أو مراقبة البيئة:

هي أهم وظائف وسائل الإعلام، والصحافة، بما تملكه من شبكات واسعة، في جميع أنحاء العالم، من مراسلي الصحف والتليفزيون والإذاعة.

ويقسم البعض وظيفة الاستطلاع، أو مراقبة البيئة، إلى نوعين رئيسيين، هما:

الأول: الاستطلاع التحذيري، ويتمثل في اضطلاع وسائل الإعلام بالإبلاغ عن المخاطر المقبلة، مثل الهجوم العسكري، والكساد الاقتصادي، وزيادة التضخم.

والثاني: هو الاستطلاع الأدائي أو الخدمي، أي نقل المعلومات، التي يستفيد منها الأفراد في حياتهم اليومية.

وجدير بالذكر أن سرعة نقل المعلومة، قد صاحبها بعض السلبيات مثل: عدم الدقة أو تشويه الحدث، أو محاولة توجيه الرأي العام وجهة ما.

الوظيفة الإخبارية للصحافة:

ينتج عن عملية الاستطلاع، ومراقبة البيئة، التي تقوم بها وسائل الإعلام، وعلى رأسها الصحافة، تحقيق الوظيفة الإخبارية، التي تختص بإمداد القراء بالأخبار، التي يشترط أن تكون إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير، وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر. أمَّا في حالة التعليق على الأخبار، فيمكن للصحيفة معالجتها بطرق مختلفة، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الصحيفة، ومهمة التعليق الأولى، هي توضيح نقاط الخبر الغامضة.

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاثة عناصر:

1. **التكامل:**

أي تتبع الخبر من نشأته حتى نهايته، والبحث عن العناصر المكملة له، سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

2. **الموضوعية:**

هي أهم مبادئ تحرير الخبر في المجتمعات الديموقراطية، إلاّ أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية، لا يمكن تحقيقها، ومهما حاول الصحفي الوصول إليها، فسوف تظهر بعض العناصر والاتجاهات الفردية، وعلى الرغم من ذلك فإن الالتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي. ولتحقيق هذا المبدأ، لا بد من البحث والتحقق من صحة الخبر وأركانه، وهنا لابد من التفرقة، بين عدم كفاية الموضوعية، لأسباب خارجة عن الإرادة، وبين التحريف المتعمد للخبر.

3. **الوضوح:**

المقصود هو الوضوح في العرض، الذي يؤدي إلى فهم المحتوى، من جانب المختصين، وعامة الشعب على السواء. مع تجنب خطر التبسيط، الذي قد يؤدي إلى التحريف، ومن ثم عدم فهم المشكلة كما ينبغي، والحذر من المبالغة في التبسيط، لأن ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات بالاستهانة بذكائهم.

الصحافة ومهمة الخدمات العامة:

من بين الوظائف التي تقدمها الصحافة الآن، مهمة الخدمات العامة، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية، وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها. ويدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة إعلان مواعيد شركات الطيران الوطنية، وأخبار السينما والمسرح والنقد ومواعيد المحاضرات العامة، وأماكنها، والنشرة الجوية، وإعلانات الوظائف، والإعلانات التجارية، وأخبار الأسواق، المحلية والعالمية، وأخبار أسواق الأوراق المالية، والمعاهدات التجارية، والوفيات، إلى غير ذلك. ومن ثم توفر على المواطن، كثيراً من العناء، في عملية البحث عن حاجياته اليومية، وتنقل له أخبارها داخل منزله.

وهناك تيار صحفي الآن، يطلق عليه تيار صحافة الخدمات، ينتشر في الصحافة في العالم، ويعالج الأحداث والأفكار، من وجهة نظر فائدة القارئ المباشرة.

الصحافة توثيق للأحداث ومصدر للتاريخ:

نجم عن الوظيفة التقليدية للصحافة، وهي الإعلام أو الأخبار، وظيفة جديدة هي التوثيق؛ فسرعة تطور العلم الحديث تجعل المؤلفات الموسوعية، أو المواضيع التي تعالجها الكتب حقائق قديمة. ومن ثم تضطلع الصحافة المعاصرة، بمهمة تجديد المعلومات والمعارف وملاحقتها، بفضل دوريتها، التي تسمح لها بالقيام بهذا الدور، أفضل مما يقوم به الكتاب، الذي لا يعاد طبعه بسرعة دورية الصحيفة، فضلاً عن أن عدد قراء الكتاب، أقل بكثير من عدد قراء الصحيفة.

ومع ثورة المعلومات، لم يعد في قدرة الكتاب المطبوع، بشكله المعروف، أن يلبي حاجة المؤرخين، إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة، أو متابعتها، بينما نجحت الصحافة في ذلك؛ فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ، وقائع الحياة الاجتماعية، في حركتها اليومية، في حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع وتحليلها. والصحفي يعد مصدراً رئيسياً للمؤرخ، حين يتعلق الأمر بتسجيل وقائع الحياة اليومية، أو حين يتعلق الأمر، برصد الاتجاهات الفكرية للأحزاب والأفراد، أو بدراسة تاريخ الصحافة نفسها.

والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين:

أولهما: رصد الوقائع، وتسجيلها ووصفها، والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة.

ثانيهما: قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة، إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة.

الصحافة ومهمة الشرح والتفسير والتحليل:

لا تكتفي الصحافة بسرد الأحداث، وإنما تتولى تحليل هذه الأحداث وتفسيرها؛ فالكثير من الأحداث لا يمكن فهمها، من دون معرفة خلفية هذه الأحداث، وتطورها التاريخي. وتلجأ الصحافة إلى استخدام أشكال صحفية عديدة، لأداء مهمة تحليل وتفسير الأحداث والتعليق عليها، مثل:

- التحليلات الإخبارية.
- المقالات الافتتاحية.
- أساليب التغطية التفسيرية.
- التفسيرات والملخصات الأسبوعية للأحداث.
- الرسوم الكاريكاتورية الساخرة.
- الحملات الصحفية.
- الأعمدة الصحفية.
- مقالات التعليق.
- رسائل القراء.

الصحافة وتكوين الرأي العام

الرأي العام هو الفكرة السائدة، بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف، من المواقف، أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، وهذه الظاهرة تكتسب صفة الاستقرار وتختلف، في وضوحها ودلالاتها، في عقول الأفراد، ولكنها تصدر عن اتفاق، متبادل بين غالبيتهم، مع اختلافهم في مدى إدراكهم لمفهومها، ومبلغ تحقيقها لنفعهم العام، ومصلحتهم المشتركة. ويُقصد بالرأي العام في هذا المجال، الرأي الغالب. أمَّا الرأي العام المتصل اتصالاً وثيقاً بالميراث الثقافي؛ فيطلق عليه الاتجاه العام، وهو مجموعة العادات والتقاليد، التي تمثل اتجاها ثابتاً يتصف بالدوام، بعكس الرأي، العام الذي يتصف بالحركة والتغيير.

وهناك عوامل مختلفة تتفاعل وتؤدي في النهاية، إلى تكوين الرأي العام، هي:

1. الثقافة أو التراث الثقافي.
2. عملية التنشئة الاجتماعية.
3. القادة.
4. الحوادث.
5. الأحزاب.
6. وسائل الإعلام والاتصال.
7. الشائعات.
8. الجماعات.
9. أنماط الجماعات، أو الصور النمطية عن الجماعات.
10. الشعارات.
11. المصالح المباشرة للجماهير.

ويصف البعض الصحافة بأنها تحتل المقام الأول، من بين وسائل الإعلام كلها، في التأثير على الرأي العام، لعدة أسباب، من أهمها: أن الصحافة تهتم، أكثر من سواها، من وسائل الإعلام، بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب، وعرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الأنباء ومن أجل ذلك؛ فإن النظم الديموقراطية في العالم، تحرص على إعطاء الصحافة أكبر قدر من الحرية، لتكون المرآة الصافية، التي تعكس آمال الشعب وآلامه، وأحلامه وتطلعاته، ورضاه أو سخطه، ولتقوم، كذلك، بدورها ورسالتها الهامة، في توعيته وتنويره، في صدق وشرف والتزام، مما جعلها، خلال هذا القرن، الذي يوشك على الانتهاء، من أقوى وسائل الإعلام وأكثرها قدرة على تكوين الرأي العام ووجدان الجماهير.

يقسِّم مختار التهامي محتويات الصحيفة، بالنسبة لمدى تأثيرها على الرأي العام، إلى ثلاثة أقسام:

القسم الأول: له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام، كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء، والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنقد الأدبي والفني والإعلانات. ويتسم هذا القسم بالتحيز المتعمد، الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

القسم الثاني: له علاقة، غير مباشرة، بتوجيه الرأي العام؛ فعلى الرغم من أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة، بصفة عامة، التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة، قد لا تؤثر، بصفة أساسية، في الرأي العام، إلاّ أنها تؤثر، بلا شك، في القيم الخلقية والثقافية للجمهور، وخاصة الشباب، وصغار السن، مما لابد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي، واتجاهاته إن عاجلاً أو آجلاً.

القسم الثالث: ليس له علاقة بتوجيه الرأي العام، مثل صفحة الوفيات، والنشرة الجوية، وبرامج الإذاعة والتليفزيون والسينما، فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش، عادة، على نطاق عام، وليست موجهة، في الظروف العادية، إلى تكوين رأي عام، حول مسألة معينة.
وإن كانت هناك أحياناً، استثناءات تفرضها أوضاع بعينها. ومن هذا القبيل، الحملات الدعائية المغرضة، التي قد تقوم بها بعض الجهات، والتي تستغل، عادة، كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء، بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة.
وحتى يكون للصحيفة هذا الأثر، في تكوين الرأي العام، وكسب ثقة القارئ واحترامه، ينبغي أن تحرص في سياساتها، بالنسبة للخبر، على المبادئ التالية:

1. أن يكون الخبر الذي تنشره صحيحاً، فالخبر هو عصب الصحيفة، وهو الذي يخلق الرأي العام، فلا يجب على الصحيفة أن تعمد إلى تحريف الخبر أو المبالغة فيه، أو تزييفه، لأن ذلك يمثل خطراً بالغاً على الصحيفة نفسها، من جهة، ثم على القارئ، الذي يتوقع من الصحيفة الصدق في أخبارها، والدقة والأمانة، من جهة أخرى. فمن بديهيات العمل الصحفي أن «الخبر ليس ملكاً للصحيفة، وليس ملكاً للرأي العام، ولكنه ملك للحقيقة وحدها»، وإن الصحيفة ملزمة بحكم شرف المهنة أن تلتزم الصدق والنزاهة.
2. من حق الصحيفة بعد أن تنشر الخبر، بكل الأمانة والصدق، أن تعلق عليه، بما تراه متمشياً مع سياستها، وبما يسمح للقارئ، بعد قراءة الخبر وتدبره، أن يكون له رأي فيه.
3. تتابع الصحيفة الخبر، بعد نشره، وتعلق عليه، ليتكامل الخبر في ذهن القارئ.

قسَّم علماء الرأي العام، في العالم، الصحافة، من ناحية تكوينها للرأي العام، والتأثير عليه، إلى صحافة رأي، وصحافة خبر. وهذا التقسيم لا يعني وجود صحافة تقتصر على نشر الأخبار، وأخرى تقتصر على نشر مقالات الرأي والتوجيه، وإنما المقصود تغليب بعض الصحف لهذا الاتجاه أو ذاك؛

فهناك صحف تعني بالرأي، والتوجيه والتعليق على الأخبار، وإيضاح مغزاها السياسي والاجتماعي، واستخدامها في الدعوة لمذهب سياسي واجتماعي معين، وتأييد الحكومة القائمة أو معارضتها، والكفاح في سبيل قضايا معينة، قومية كانت، أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.
وصحافة الرأي هي التي تدين بمذهب من المذاهب السياسية، أو الاجتماعية، أو نظرية من نظريات الاقتصاد. ولا تحفل هذه الصحافة كثيراً بالخبر؛ لأن الخبر ليس هدفاً من أهدافها. وإذا نشرت بعض الأخبار، فإنها تنتقي منها ما يتفق مع المذهب، الذي تعتنقه وتخدمه. وهذا النوع من الصحافة، أقل انتشاراً؛ لأن قراء صحف الرأي قليلون، في أي بلد من البلاد؛ ولأن إيقاع العصر السريع لم يعد يمنح القارئ الوقت الكافي للقراءة الطويلة المتمهلة، ومع ذلك، فإن صحافة الرأي هي الموجهة الحقيقية للرأي العام.
أما صحافة الخبر فإنها تعطي كل اهتمامها للأخبار، وتستقطب أعداداً غفيرة من القراء، ومن ثم، فهي أكثر توزيعاً، وأوسع انتشاراً من صحافة الرأي، ومن الحقائق المسلم بها أن صحافة الخبر، حين تلتزم الصدق، والموضوعية والأمانة فيما تنشره من أخبار، فإنها تلعب حينئذ دوراً، بالغ الأهمية، في تكوين الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته. والعكس صحيح؛ فإن هناك في الحقل الصحفي، ما يسمى بالصحافة الصفراء، وهي التي تعمد إلى تزييف الخبر، والتركيز على المثير فيه، وما يتصل بالجنس، والجريمة والفضائح الاجتماعية بصفة خاصة، ويلقي هذا النوع من الصحافة، إقبالاً كبيراً من القراء، في معظم أنحاء العالم، ولكن المجتمع العالمي ينظر إليه، كنوع من السموم، أو المخدرات المدمرة لعقول الناس وأخلاقياتهم، والمخربة للمجتمعات، وطاقات الشباب، بصفة خاصة.
وحتى تكون الصحافة وسيلة بناءة، لتكوين الرأي العام، وأداة حقيقية، للتوعية والتنوير، لابد أن تستمتع بأكبر قدر من الحرية؛ فالصحافة المقيدة عقيمة، وعديمة القيمة، ولا تأثير لها، على المجتمع. والكاتب، الذي تقيده المحظورات والمحاذير، لا يستطيع أن يسطر كلمة نافعة؛ لأن فاقد الشيء لا يعطيه.

يشير عدنان أبو فخر إلى بعض الطرق، التي يمكن استخدامها، للتأثير في الرأي العام، عن طريق الصحافة:
1. طريقة ضبط الأخبار والمعارف، حسب حاجة القراء، ومعاناتهم، واهتماماتهم، ومقاصدهم.
2. طريقة الإثبات والتأسيس المنطقي، حيث تقدم الصحافة لقرائها، النصوص المثبتة، والمبرهنة من خلال تصوير الظواهر الموضوعية الجادة، في الحياة الاجتماعية بصورة صحيحة، ويدخل في طريقة الإثبات، استخدام الوثائق والأرقام والإحصائيات والأمثلة الحية، بشكل مقنع.
3. طريقة الإقناع، التي بواسطتها تؤثر الصحافة على عقل وعاطفة القارئ، ومن ثم تؤثر على سلوكه ونشاطه، من خلال تنشيط ذهنه، مما يزيد استيعابه لأفكار وآراء الصحافة، وتقتضي هذه الطريقة تطوير مقدرات وإمكانيات الصحفيين، على إقناع القراء والتأثير على الوعي الاجتماعي، وتكوين الرأي العام.
4. طريقة الإيحاء، ومن خلالها تدخل الصحافة، إلى ساحة اللا شعور لدى القارئ، وتؤثر فيه،

فتجعله يثق، ويؤمن بالقضايا والأفكار والمواقف، التي تريدها الصحافة، بصورة كبيرة ومدهشة.

ومن بين خصائص طريقة الإيحاء هذه، التكرار، وفيه، تكمن قوة الإيحاء، في دفع الإنسان للقيام بأي سلوك وعمل تريده الصحافة. ولكنه يجب أن يتم بصور، وأساليب مختلفة، وإمَّا أن يستخدم لأغراض إيجابية، لصالح جماهير الشعب، أو أن يستخدم لتضليل الشعب، ومن ثم، تصبح طريقة الإيحاء طريقة تلقين وحقن إعلاميين، وهي طريقة تستخدمها الدعاية الصهيونية اليوم.

وظائف وسائل الاتصال الجماهيري

تعد عملية جمع الأخبار التي تهم أكبر عدد من القراء وتمس مصالحهم، ونشرها أو تقديمها للناس بطريقة مهنية، الوظيفة الأولى للصحافة المطبوعة منها والإلكترونية، لكن وظائف الصحافة تعددت وامتدت مهامها من عملية تغطية الأخبار والأحداث إلى وظائف كثيرة، بسبب التقدم في تقنية المعلومات الرقمية في مجال الاتصال الجماهيري، الانترنت، والبث الفضائي، ووسائل الإعلام الأخرى، التقدم الذي مكّن وسائل الاتصال من أن تكون ذات إمكانات كبيرة في نقل وضخ وتخزين المعلومة والخبرة، مما أضاف هما جديدا على الصحفيين والمتخصصين في الحديث عن وظائف وسائل الاتصال.

وظائف الاتصال عند هارولد لاسويل:

يرى لاسويل أن وسائل الاتصال تقوم بثلاث وظائف في المجتمع هي:

- وظيفة الإشراف/الرقابة على البيئة المحيطة، وذلك بنقل الأخبار عما يهدد أو يدور بالمجتمعات.
- وظيفة العمل على ترابط أجزاء المجتمع من خلال عمليات الاتصال بين مكونات المجتمع.
- وظيفة نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل لآخر.

وظائف الاتصال عند لازر سفيلد و مومورتن:

- وظيفة تشاورية خدمة القضايا العامة من خلال ما يطرح في وسائل الإعلام.
- وظيفة تقوية الأعراف الاجتماعية، من خلال تدعيم القيم الاجتماعية، وكشف ما يتعارض منها مع الرأي العام.
- وظيفة تخديرية، من خلال النتائج السلبية التي قد تحققها رسائل وسائل الإعلام في بعض مما تبثه.

وظائف الاتصال عند وليبر شرام:

- وظيفة المراقب: كشف الحقائق واعداد تقارير ـ أخبار.
- وظيفة سياسية: من خلال ما تقدمه من معلومات يمكن أن يتم اتخاذ قرارات سياسية أو تشريعات.
- وظيفة التعليم: تنشئة أفراد المجتمع الجدد.

وظائف الاتصال عند ليزلي مويلر:

- وظيفة الأخبار والتزويد بالمعلومات.
- وظيفة الربط وتحسين نوعية المعلومات المقدمة للناس.
- وظيفة الترفيه.

- وظيفة التنشئة الاجتماعية.
- وظيفة التسويق.
- وظيفة المبادرة في التغيير الاجتماعي.
- وظيفة إيجاد أو تكوين النمط الاجتماعي.
- وظيفة الرقابة (الحارس).
- وظيفة التعليم.

وظائف الاتصال عند دوفلر وبول ـ روكيش:

- وظيفة إعادة بناء الواقع الاجتماعي.
- وظيفة تكوين الاتجاهات
- وظيفة ترتيب الأولويات
- وظيفة توسيع نسق المعتقدات لدى الناس.

وظائف الاتصال عند صالح أبو إصبع هي:

- الأخبار: الأخبار هي أساس ما ينشر بالصحف من مواد وتعني وصل الناس بالعالم الخارجي بتزويدهم معلومات عن آخر ما يجري في العالم وهذه الوظيفة تتداخل تقريبا مع كل الوظائف الأخرى.
- التعليم: تقديم معلومات أو تكوين مهارات جديدة عن الحياة من حولنا من خلال ما نستقيه من الصحافة.
- مكان للحوار أو منتدى فكري لتبادل الآراء والأفكار أي أن تكون الصحافة منبرا للرأي، تسمح لكل وجهات النظر بالنشر.
- مهمة اجتماعية فهي تعمل على نقل التراث الثقافي والاجتماعي على جميع المستويات من أفراد الأسرة الصغيرة إلى المجتمع ككل وربط أجزاء المجتمع ببعضها البعض.
- متعة وترفيه وهي وظيفة تقوم بها الصحافة ووسائل الإعلام بشكل عام لا تقل أهمية عن مهمة تقديم الأخبار أو عن المهمة الاجتماعية، حيث يقضي القراء بعضا من أوقاتهم في التعامل مع وسائل الإعلام من قبيل الترفيه.
- الرقيب العمومي: أي حماية المجتمع من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة، بمعنى أن تكون الصحافة مع وسائل الإعلام رقيبا على أداء الحكومة وعملها.
- تكوين الآراء والاتجاهات، حيث يشكل أو يكون الناس اتجاهاتهم وآراءهم مما يتعلمونه من الصحف ووسائل الإعلام فهي تساعدهم في بلورة الرأي العام الذي يتخذونه من القضايا العامة.
- الإعلان والتسويق: وهذه وظيفة تخدم المستهلك والمعلن والصحف في آن واحد.
- تساعد الحكومات أيضا في نقل أخبارها وطرح آرائها وبرامجها على الشعوب.

صناعة الخبر الصحفي



مفاهيم الخبر الصحفي

إن جاز استخدام كلمة صناعة وتصنيع فان الخبر الصحفي أصبح فناً وصناعة تسترعي اهتمام العديد من المهتمين في الحقل الإعلامي، فلم يعد مقبولا في عصر حكمت به التكنولوجيا ودخلت التقنيات الالكترونية الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعية الاعلامية إلى كل منفذ في حياتنا اليومية، لم يعد مجديا أن نسرد الأخبار أو أن نصفها وصفا عاديا بالطرق التقليدية، ولم يعد لونا واحدا في الصحافة مقبولا لدى الناس فقد تعددت خيارات الناس وتنوعت مصادرهم في الحصول على الأخبار.

بات من الضروري بعد أن تعرفنا على وظائف الصحف أن نتحدث عن شيء يسمى صناعة الأخبار، وما هي الإجراءات التي تتم قبل أن نقرأ خبرا في صحيفة، أو نشاهد نشرة أخبار على شاشات التلفزيون وما هي الوسائل التي تجعل الصحف ووسائل الإعلام ناجحة في تقديمها للأخبار وقادرة على المقاومة من جميع النواحي حتى الاقتصادية.

إن امتلاك تكنولوجيا حديثة جدا لا يعني بالضرورة تطورا في صناعة الخبر وإن تزايد الأعداد والكم الهائل في الإصدارات اليومية من الصحف والمحطات والقنوات الفضائية لا يعني تقدما.

أياً كان نوع الصحافة (وسيلة الإعلام) وهدفها ورسالتها وتوجهاتها فإنه لا يمكنها إلا أن تمر بعمليات أساسية ثلاثة في عملية تقديم الخبر، ولكل عملية من هذه العمليات الثلاثة فنها الخاص بها وطرقها التي تميزها عن غيرها، وهي بمجموعها تشكل عملية صناعة الخبر بصورته النهائية وهذه العمليات الثلاثة لا تعمل بشكل مستقل وإنما تعمل بشكل متكامل ومتداخل، تتفاعل فيما بينها حتى يصبح الخبر أو الحدث في متناول الجماهير على شكل خبر صحفي أو تقرير أو تحقيق، أو تعليق، أو مقال، أو تحليل، عمود (الركن) الزاوية، أو افتتاحية، أو حديث صحفي وهي:

• عملية جمع الأخبار: عملية البحث والتحري ومتابعة الأخبار وملاحقة الأحداث حيث كانت في مواقعها، من خلال المراسلين المنتشرين في مناطق مختلفة في العالم، وأحيانا كثيرة في ظروف قاسية ومنها مواقع خطيرة قد تودي بحياة المراسل، ولذلك فان المراسلين لا بد وأن يتمتعوا بصفات تميزهم عن غيرهم وتمكنهم من أداء مهامهم بنشاط، والحصول على الأخبار من مصادرها الأصلية قدر الإمكان. وهناك مراسلين تكون لهم مهمة خاصة (موسم الحج)، أو تغطية كأس العالم، أو أن يكون مراسلا دائما ومقيما في البلد أو المدينة الأخرى التي ينقل منها الخبر، وهناك مندوب بالقطعة، يكتب ضمن اتفاقية معينة أو حسب الأحداث الهامة جدا في ذلك البلد. يجب أن يتوخى الصحفي في عملية الجمع، الدقة والشمول والفهم الكامل وإرجاع الأخبار إلى مصادرها الأصلية، سواء ببيانها أم لا حسب الضرورة، (مصدر مخول، مصدر رسمي، مصادر دبلوماسية، مصادر استخبارية، مصادر في المؤتمر) وأن لا يجتزئ الأخبار أو الأحداث إضافة إلى السرعة في نقل الخبر.

• عملية تصنيع الأخبار: وهي عملية تحرير الخبر داخل الجريدة أو وسيلة الإعلام الأخرى، وهي عملية يقوم بها محررون مختصون ورؤساء التحرير حيث يعملون على صياغة الخبر بشكله النهائي، ومن شروطها نسب الخبر إلى مصادره وأحيانا الاقتباس من تلك المصادر بأساليب لغوية مباشرة (من نفس كلام المصدر) أو غير مباشرة حسب ما تقتضيه المرحلة أو الحدث، فالمعالجة الصحفية للخبر قد تصل أحيانا إلى نفس أهمية الحصول على الخبر وربما تزيد عن ذلك.

• عملية توزيع الأخبار: يقصد بتوزيع الأخبار المقدرة على نقل الرسالة الإعلامية إلى أكبر شريحة من الجمهور حيث كانوا، وتوصيلها بفورية أي توصيل الأخبار فور حدوثها وهنا في مجال الصحافة المطبوعة تتميز الصحف اليومية عن الصحف الأسبوعية بسرعة نقل الأخبار، ويقصد بالتوزيع في الصحف بيع الحد الأقصى من النسخ. وقد أصبح التوزيع من مقومات وسائل الاتصال الجماهيري وعليه اعتماد كبير جداً في تسويق الجريدة ولذلك أنشئت شركات كبرى للتوزيع ومؤسسات ضخمة مهمتها متخصصة فقط في التوزيع حتى بعض الصحف اليومية صارت تعطي مهمة التوزيع لشركات متخصصة، ولم تعد الصحف تعتمد فقط على كوادرها في التوزيع، فلربما يؤدي التوزيع السيئ إلى إفلاس الصحيفة المطبوعة على وجه الخصوص وخصوصا في ضل انتشار شبكات الاعلام الاجتماعي.

الخبر الإعلامي بمفهومه الواسع كان ولا يزال سيد الفنون الإعلامية (فنون التحرير الصحفي) وعلى دراسته وفهمه واستيعابه تبنى دراسة الفنون الأخرى، حيث يمثل اللبنة الأولى في دراسة الإعلام والصحافة في العالم كله.

وقد درج العرف على أن الخبر يتكون من صدر وصلب وخاتمة لكي نسميه خبرا. وهذا مفهوم قديم للخبر، والمهم هنا أن نعرف أن ما يعنينا هو التطور الذي حصل على صناعة الأخبار أكثر من تعداد تعريفات للخبر الصحفي.

الخبر الصحفي (NEWS): الخبر هو المادة الخام التي تقوم عليها الصحافة، وهو وصف لحادث آني يحظى بالاهتمام، وهو الرواية الموضوعية والكاملة للأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور. حيث تسعى الصحافة للحصول على الخبر من مصادره المختلفة في كل أنحاء العالم، وبشتى السبل المتاحة، ومن ثم نقله إلى الناس في مواقعهم ومنازلهم ومكاتبهم بطريقة موضوعية وبتغطية شاملة لكل الأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور.

إن أهمية الأشكال والتقنيات الصحفية في التغطية الصحفية يعد أمرا حيويا لكي يتسنى لنا معرفة الأهمية أعطيت للأحداث في الصحافة وتعني الأهمية توزيع أو إعطاء قيم معينة أو درجات لخصائص النص بتطبيق بعض الشروط أو الإجراءات التي تعتبر محددات للأرقام المعدودة لكل تلك الخصائص، وكذلك تعرض مستوى الاهتمام المعطى لأي نص مقارنة مع النصوص الأخرى.

هناك شبه اتفاق عام في الصحافة المكتوبة على أن المادة المقدمة في أعلى الصفحة تتميز بأهمية أكبر من غيرها. ولذلك فإن النص الذي يحتل أعلى يمين الصفحة يكون ذا أهمية عالية في تلك الصحيفة أو في الأولوية الأولى للصحف أكثر من القصص التي تنشر في اليسار أو في أسفل الصفحة حيث يشير نشرها في تلك المواقع إلى أهمية أقل لكن أهميتها تبقى دائما أكثر من تلك الأخبار التي تنشر في الصفحات الداخلية.

مفاهيم الخبر:

يختلف مفهوم الخبر الصحفي تبعا للبيئة التي يعيش فيها من يمتهن الصحافة ويعمل بها، فقد أسلفنا الحديث عن أن الصحفي عندما ينطلق إلى عمله فانه يصطحب معه ثقافته التي تنبع من المجتمع الذي يعيش فيه ودينه الذي يعتقد به ولونه أو عرقه وسياسية الصحيفة أو رئيس التحرير وملكية الصحيفة والرقابة على الصحف وكذلك البيئة والمناخ السياسي في البلد الذي يعمل به، إضافة الى مهاراته وخبراته الصحفية، وكل هذه الأمور تأثر في عملية صياغة وصناعة الخبر الصحفي.

وقد نظر علماء الصحافة والمنظرون في الحقل الإعلامي فوجدوا أن العالم في عصوره المختلفة ومجتمعات المختلفة كان ولا يزال محكوما بإحدى أربع نظريات للإعلام هي: نظرية السلطة، النظرية الشيوعية (الماركسية)، نظرية الليبرالية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية. بالتالي تعمل على تحديد معالم الخبر الصحفي أو مفاهيم الخبر؛ نمر على هذه النظريات مرور الكرام لأن لها مساقاتها المتخصصة.

المفهوم السلطوي للخبر:

يرى أتباع النظرية السلطوية أن الحقيقة والحكمة تتمركز مع القوة أي مع السلطة (الحكام)، ويجب على الصحافة أن تقوم بخدمة الحكومة لتبليغ الشعب بما تريد الحكومة، أي أنها تؤمن بالإنسان على أنه جزء من المجتمع وأن قيمته في هذا المعنى، وقد ظهرت النظرية السلطوية في القرنين السادس والسابع عشر.

المفهوم الشمولي السوفييتي (الاشتراكي):

تستند النظرية الشيوعية على آراء ماركس وتعتبر هذه النظرية امتدادا لنظرية الإعلام السلطوية، وهي ترى أن الإعلام جهاز رسمي من أجهزة الشيوعية؛ وان الدولة تملك وتسيطر على وسائل الإعلام، بهدف تعليم المبادئ الشيوعية، كما ترى أن الجريدة ليست أداة دعاية بقدر ما هي أداة تنظيم اجتماعي، وقد استخدم هذه النظرية أيضا النازيون في عهد هتلر.

إذا فالمفهوم الماركسي للخبر يعني التقاط أو جمع الأخبار وتنقيحها بما يتفق مع أهداف الماركسية ثم نشرها للشعب، لأن الخبر وسيلة من وسائل تكوين الوعي الاشتراكي أو الشيوعي، وسلاح فعال في الصراع الايدولوجي. ويحرص المفهوم الشيوعي للخبر على استخدام الخبر في الدعاية الايدولوجية والسياسية، وهذا من شأن أن يفقد الخبر موضوعيته ودقته.

المفهوم الليبرالي:

تؤمن النظرية الليبرالية بحرية الفرد وسعادته إيمانا مطلقا وتعتبرهما هدف المجتمع بشكل عام، وأن الإنسان بإمكانه تنظيم أمور حياته من خلال النقاش والحوار. وتعتبر ملكية وسائل الإعلام ملكية شخصية ضمن التنافس الحر الشريف بين الأفراد ولذلك تطورت المؤسسات الصحفية إلى صناعة من أضخم الصناعات الحديثة واحتاجت إلى رؤوس أموال كبيرة.

وقد جاءت هذه النظرية بعد النظريتين السابقتين من حيث الظهور التاريخي يقوم مفهوم الخبر الليبرالي على اعتبار أن الإثارة هي العمود الفقري للخبر بمعنى ان ما يثير الناس ويجلب اهتمامهم هو الخبر، والذي يعد تعبيرا موضوعيا عن الفلسفة الليبرالية التي سادت في أوروبا وأمريكا في تلك الفترة والتي تنادي بتقليص القيود التي تضعها على حرية الفرد الى أقصى حد، ولا يمكن مساءلته إلا عندما يتدخل في شؤون الآخرين.

مفهوم الخبر من وجهة نظر نظرية المسؤولية الاجتماعية:

الأساس الذي تبنى عليه نظرية المسؤلية الاجتماعية هو أن الحرية حق وواجب ونظام ومسؤولية في آن واحد، وبذلك فان الصحافة التي تأخذ بهذا المبدأ تكون صحافة موضوعية، وهي ملكا للصالح العام أكثر من كونها ملكا للأفراد، لأن الحرية المطلقة مفسدة مطلقة وان الحرية الصحيحة هي الحرية المحدودة بحدود القانون من جهة وحدود الصالح العام من جهة أخرى.

ترفض نظرية المسؤولية الاجتماعية الحرية المطلقة التي سادت في أوروبا وأمريكا في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وهي تطالب بمجموعة من المواثيق الأخلاقية وتسعى للتوازن بين حرية الفرد وبين مصالح المجتمع (الحرية المسؤولة)، وهذا يتحقق بخضوع الصحافة لرقابة الرأي العام

(وليس رقابة أجهزة أمنية). كما يرفض مفهوم المسؤولية الاجتماعية أن يكون الخبر فقط هو ما يثير اهتمام الجمهور لأن للخبر وظيفة اجتماعية بتقديم معلومات جديدة عن الأحداث بغض النظر عن وجود عنصر الإثارة، أي أن الخبر خدمة اجتماعية يستفيد منها القراء بشكل رئيسي ضمن إطار من المسؤولية الاجتماعية.

المفهوم العربي للخبر:

إن امتلاك تكنولوجيا حديثة جدا لا يعني بالضرورة تطورا في صناعة الخبر وإن تزايد الأعداد والكم الهائل في الإصدارات اليومية من الصحف والمحطات والقنوات الفضائية لا يعني تقدما ولذلك فإن المفهوم العربي للخبر قد لا ينطبق على أي من المفاهيم السابقة بسبب الظروف التي يمر بها الوطن العربي بشكل رئيس من التضييق على الحريات العامة في معظم الأحيان، حيث أن نوعية الإعلام هي الأهم وهي التي تفتقر لها معظم الدول العربية أو على الأقل غير موجود بالشكل الذي ينبغي أن تكون عليه في هذه الدول بالرغم من تزايد عدد الصحفيين المؤهلين واتساع استخدام التكنولوجيا في الصحف اليومية والأسبوعية.

عرف رواد فن التحرير الصحفي والكتابة الصحفية في العالم العربي (الخبر الصحفي) تعريفات عدة كانت في معظمها متقاربة مع المفهوم الليبرالي وكذلك بها بعض صفات المسؤولية الاجتماعية للخبر حيث تأثر هؤلاء الرواد بالمدارس الفكرية التي تلقوا علومهم بها: (إعلام عن حدث جديد هام ومتميز، إثارة اهتمام أكبر عدد من القراء، يجب أن يحوي الخبر شيئا خارجا عن المألوف ليؤثر في الناس). ولذلك فإن الاختلاف في مفهوم الخبر في البلدان العربية يعود لاختلاف المدارس أكثر من كونه اختلافا عربيا في النظرة لمفهوم الخبر بناء. كما أن الدول العربية دولا نامية ولا يناسبها بالضرورة ما يناسب المفهوم الاشتراكي أو المفهوم الليبرالي.

مفهوم الخبر في الدول النامية:

يقول ويلبر شرام في إحدى كتاباته عن الإعلام التنموي عن احتياجات دول العالم السياسية والاقتصادية والاجتماعية: يقول أن احتياجات الدول النامية هي بالدرجة الأولى اقتصادية أي تحسين الأوضاع المعيشية للسكان وبالدرجة الثانية اجتماعية وأخير وليس بالضرورة سياسية. أي أن الدول النامية في كل العالم هي بحاجة فعلا للحصول على الأخبار ونقلها ولتفسير هذه الأخبار كما هو معمول به في دول العالم المتقدم ولكن حاجتها الأهم في الحصول على الأخبار لاستخدامها في التنمية من خلال دفع القراء لأن يكونوا فاعلين في العملية التنموية في بلدانهم وهذا من قبيل المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن يعمل الصحفيون. لعل ما يختلف في مفهوم الخبر في الدول النامية عن المتقدمة هو طبيعة النظرة للخبر فمثلا معنى الإثارة قد يشير الى الاهتمام أو الأهمية التي يتمتع بها الخبر أكثر من كونه مؤشرا للانحراف الذي تستخدمه الصحف الصفراء.

مفهوم العولمة :

تميزت السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين وبدايات القرن الحالي بالتطور الهائل في المجال الالكتروني، وقد استفادت وسائل الإعلام من هذا التطور وتمكنت من تخطي الحواجز الجغرافية والايدولوجيا والقوميات والأديان ولم تعد تخضع للرقابة المحلية الشديدة وخصوصا في العالم العربي، فنحن نسبح في فيض من المعلومات والأخبار التي لا نملك أحيانا تجنبها وأصبح الحديث ممكنا عن التقارب الحضاري والحس الإنساني وكذلك أمكن تفادي الهوية القومية، إذ أن الصحف التي يمكننا قراءتها على الانترنت والاجهزة الذكية والفضائيات التي تدخل منازلنا دون استئذان وهي تلبي كل الرغبات والطموحات لدى القراء والمتلقين في كل الظروف والأوقات وقد تحقق وجود القرية الكونية. بالمقابل أصبحت المنافسة شديدة والخطورة أكبر إذ أن كبرى الشركات العالمية أصبحت تمتلك محطات فضائية موجهة الى عدة دول وقوميات وهي تبث بلغات متعددة.

تعريف الفنون الصحفية

التقرير الصحفي: (Report) هو فن يقع بين الخبر والتحقيق، ويقدم مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها، أي أنه ليس تقرير ذهنيا أنشأه المحرر من بنات أفكاره في مكتبه.

التحقيق الصحفي: هو عبارة عن أخبار بمفهومها العام، ولكنها لا تلتزم بقاعدة الهرم أو المثلث المقلوب، ولا تلتزم بالأخوات الست في الخبر، حيث أن روح التحقيق الصحفي تتسم بالدراسة والاستطلاع والبحث، وتقوم للإجابة على سؤال محدد هو لماذا.

التعليق الصحفي: يعتبر التعليق الصحفي تكملة للخبر ويهدف إلى توضيح الحقائق والآراء ويعرض فيه الكاتب آراءه الخاصة في مجريات الأحداث.

المقال الصحفي: المقال الصحفي هو إنشاء كتابي معتدل الطول في موضوع ما يهتم كاتب المقال الصحفي بالمضمون والفكرة التي يريد توصيلها. وهو الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن آراء كتابها في الأحداث اليومية الجارية.

التحليل الصحفي أو المقال التحليلي: وهو مقال يتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع التي تمس الموضوع من قريب أو بعيد ليس هناك حجم محدد لهذا النوع فقد يصل إلى صفحة كاملة أو أكثر.

العمود (الركن) الزاوية: مساحة لا تزيد في الغالب عن حجم العمود الواحد تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد أكبر الكتاب أو المحررين، يستقل بموضوع من موضوعات الصحيفة، ينشر دائما بمكان محدد وأيام محددة يقرأ فيه القارئ رأي الكاتب في أمور ثقافية فنية.....الخ.

الافتتاحية: المقال الافتتاحي أو الافتتاحية يقوم على شرح وتفسير الأحداث اليومية بما يكشف (يعبر) عن سياسة الجريدة تجاه هذه الأحداث (رأينا، رأي الأيام ، رأي الوطن) وغالبا ما يكتب الافتتاحية رئيس التحرير أو أحد أكبر مساعديه.

الحديث الصحفي: هو فن يقوم على أساس الحوار الحي والمباشر بين الصحفي وشخصية اجتماعية سياسية فنية أو أكثر حول موضوع معين للحصول على معلومات أو شرح وجهات نظر أو تصوير جوانب غير معروفة ذات أهمية اجتماعية اقتصادية سياسية بهدف الحصول على المعلومات أي فن التحاور مع مصدر المعلومات.

المؤتمر الصحفي: المؤتمرات الصحفية تشبه إلى حد كبير الأحاديث الصحفية حيث يعتمد كليهما مبدأ الحوار، بيد أن الأسئلة التي يثيرها المراسلون في المؤتمر الصحفي تكون أقصر وأسرع وأكثر أهمية مما يعده المتحدث نفسه للحديث عنه في حالات الحديث الصحفي، ففي المؤتمر تعتبر الأجوبة عن أسئلة الصحفيين هي الأخبار التي يهدف الصحفيون الحصول عليها.

الكاريكاتير: يعد الكاريكاتير من أهم وسائل التعبير الفنية وأكثرها قدرة على النفاذ والتأثير في نفس المشاهد بصرف النظر عن جنسيته ولغته، وهو أكثر الوسائل إيجازا لأداة التخاطب والتأثير الهادف. وهو فن صحفي يقدم به الرسام فكرة بدون نص قد تفهم الرسالة وتؤدي الغرض الذي وضعت من أجله دون الحاجة الى كتابة مقال.

الخبر الصحفي (NEWS)

كما أسلفنا فإن الخبر هو المادة الخام التي تقوم عليها الصحافة، ولذلك وجد اهتماما كبيرا من كل المختصين بفنون التحرير الصحفي، ولذلك تسعى الصحافة للحصول عليه من مصادره المختلفة وتشترك الصحف بوكالات أنباء عالمية، وتستخدم العديد من المراسلين والمندوبين وتستكتب العشرات من الكتاب لتكون قريبة من الحدث حالة وقوعه وتنقله على قرائها أو جمهورها.

ترجع صعوبة تعريف الخبر الصحفي ووضع كل معانيه في لفظ واحد ومحدد لعدة أسباب منها:

- أن الخبر شأن إنساني أي يتصل بنوازع وحاجات إنسانية متباينة لا يمكن قياسه بدقة في مختلف الأماكن والأزمان كما هو الحال في العلوم التطبيقية.

- إن الخبر باعتباره متصلا بالحياة اليومية للإنسان اتصالا وثيقا يمثل نمطا غير ثابت وغير مستقر وهذا يضعف من دقة تحديده.

- يرتبط الخبر كذلك بالمجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة وبالتالي فان تعريفاته تتباين وتختلف باختلاف المجتمعات وتباينها الثقافي والحضاري والسياسي.

- التطور التاريخي لوسائل الاتصال الجماهير ساهم في عدم الاتفاق على مفهوم واحد للخبر فمفهوم الخبر في مرحلة النسخ يختلف عنه في مرحلة الطباعة ومفهوم الخبر في الصحف الشعبية يختلف عنه في الصحف السياسية.

- إن تعدد مفاهيم الخبر كذلك يعود لتعدد وسائل الاتصال فالخبر المطبوع يختلف عن الخبر المسموع أو المرئي أو الالكتروني.

- كما أن تنوع الصحافة المطبوعة ذاتها بين صحيفة ومجلة، صحيفة يومية أو أسبوعية، صباحية أو مسائية يصعب من عملية وضع تعريف موحد للخبر.

- كذلك فإن تعدد الشرائح التي يتوجه إليها الخبر تفرز مفهومها الخاص في التعريف « السن، الجنس، مستوى التعليم، مكان الإقامة، المهنة...».

أورد محمود أدهم في كتابه «فن الخبر» مائة تعريف للخبر، ولعل أهم ما في التعريفات أن الخبر يعني «1. كل جديد. 2. يهم الناس»، وإن هاتين الزاويتين يجب أن يدخلا في كل تعريف يستهدف الخبر الصحفي.

يمكن أن نوجز كل التعريفات السابقة بتعريف الدكتور فاروق أبو زيد الذي يقول: «إن الخبر هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته».

أو بتعريف مقترح من الدكتور محمود أدهم الذي يقول بأن الخبر: «وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة واضحة وعبارات قصيرة، على الواقع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد لافت للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام، تتصل جميعها بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى كما تساهم في توعيتهم وتثقيفهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها».

تغطية الخبر أحيانا تكون أسهل من تعريفه، إذ تقرر لنا الصحف أو الصحفيين ما هو خبر بتغطيته أو إغفال أحداث أخرى ولذلك فإننا سنخصص بحثنا في مساق الكتابة المتقدمة للأخبار والتقارير الصحفية للحديث عن الخبر الصحفي بكل تفصيلاته في محاولة لتنمية مهارات الطلبة لكتابة الخبر الصحفي على أصوله بعد أن يكونوا قد فهموا ذلك نظريا، وسنتناول الخبر من حيث: (عناصر الخبر، قيم الخبر، صفات الخبر، نماذج الخبر، مفاهيم الخبر أنواع الخبر، مصادر الخبر، كتابة الخبر).

عناصر الخبر الصحفي

عناصر الخبر هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر والتي أمكن حصرها تاريخيا من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف..... والأخبار التي تذيعها محطات الراديو التلفزيون والفضائيات، أي أنه لا يوجد اتفاق محدد واحد على تسميتها بشكل قطعي فهي في تطور مستمر، وتختلف باختلاف التوجهات السياسية والاجتماعية والسياسية والمعتقدات، بمعنى أنها قد تكون مختلفة من تعريف اشتراكي الى تعريف ليبرالي الى تعريف الدول المتقدمة عن تعريف الدول النامية وعن تعريف أتباع مدرسة المسؤولية الاجتماعية. ومهما تكن التقسيمات والمدارس التي تناولت الخبر فإن الخبر الصحفي يجب أن يجيب على الأسئلة الستة ماذا متى؟ لماذا؟ أين؟ من؟ وكيف؟ أو هي بالإنجليزية(How& What، When، Why، Where، Who)

يمكن ذكر العناصر الأساسية للخبر على أنها:

1. الجدة (أو الآنية، الحالية، الفورية، الظرفية): الصحافة بمفهومها العام هي تقرير يومي عن الأحداث وتعني الجدة في الخبر الصحفي أنه من الضروري أن يكون الخبر جديدا بمعنى أن يكون مجاريا للأحداث، لأن الخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف أو الفساد وبالتالي يفقد قيمته بالنسبة لصحيفتك إذا سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته. إن من سمات هذا العصر ان مجتمعاته أصبحت سريعة الحركة وأن التخلف عن الركب يعني عزل المتلقي أو الجمهور عن الصورة وبالأحرى عن حركة التاريخ.

ولا تعني جدة الخبر على الإطلاق أن اكتشاف وثائق أو معلومات عن أخبار أو أحداث وقعت في الماضي أنها غير مهمة أو لا تصلح أن تنشر على شكل أخبار جديدة بعد إضافة عناصر هامة إليها، على سبيل المثال نشر أسرار عائلة حاكمة في بلد ما بعد زوال حكمها أمثال ما يجري في العراق حاليا، أو وثائق ويكليكس وتفاصيلها.

2. القرب / المكان: وهذا أمر طبيعي جدا حيث يهتم الناس بالمقام الأول بأخبارهم وأخبار المجتمعات والمدن التي تحيط بهم، ثم تتسع الدائرة لتشمل كل أنحاء العالم. على سبيل المثال قد يحرك خبراً أو مانشيت خبر بعنوان «حادث سير على الطريق الصحراوي يودي بحياة عشرين خليجيا» يشغل بال كل البحرينيين في إنحاء المملكة مع أنه لا يتعلق بالبحرين.

3. الأهمية، الشخصيات البارزة؛ عنصر الأهمية في الخبر ناتج عن اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى منها (الشهرة، والضخامة أو المصلحة) أي أن عنصر الأهمية قد يختزل أكثر من عنصر من عناصر الخبر ولكنه يملك قدرا كبيرا من عناصر التميز عن العناصر الأخرى، حيث لا يمكن وصف أي خبر أو حادث غريب بأنه هام، لأن الشخصية هي التي تصنع خبرا، بل قد تكون الخبر نفسه والجمهور أو القراء في كل مكان في العالم يتابعون أخبار الشخصيات وخصوصا الشخصيات العامة الوزراء والنواب والمشاهير ونجوم الرياضة والفن لأن حياتهم الشخصية لم تعد ملكا لهم، ومن حق كل مواطن أن ينتقده في حدود أهميتها لهذا المواطن.

4. الغرابة ـ الطرافة أو الأحداث غير العادية: من أهم عناصر التشويق الإخباري هي طرافة الخبر وطرافته، فالخبر الغريب المدهش الذي لا يمكن حدوثه ولكنه حدث يستحوذ على اهتمام جمهور الأخبار بشكل يستثير دهشتهم واهتمامهم؛ فمثلا ورود خبر في صحيفة ما عن زواج رجل في التسعين من فتاة في العشرين من عمرها هو خبر غريب وطريف في نفس الوقت. وكذلك أخبار الأوائل من الأشياء، ولكن ليس كل الأوائل تصلح للنشر فحوادث السرقة والسطو المسلح لا يمكن أن نعتبرها مدهشة إذا تمت بطريقة غريبة أو غير عادية.

5. الصراع: هناك قاعدة في قاعات التحرير الصحفي تقول بأن الصراع يثير الاهتمام أكثر من الهدوء. تتعدد صور الصراع في الحياة اليومية للناس ومنها ما يأخذ طابع درامي مأساوي كأخبار الحروب والثورات والانقلابات وكذلك الصراع الذي لا يتخذ طابع العنف عادة كالصراع والانتخابات السياسية أو النقابية التي تشكل لونا من ألوان الصراع في الحياة الإنسانية.

6. الاهتمامات الإنسانية: أي ما يثير اهتمام أكبر قدر ممكن من الناس على اختلاف مشاربهم، ويمكن أن نعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة العناصر التي تضفي على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا وأن يكون لها تأثيرها. العنصر الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند القارئ سواء بالحب أو العطف أو الشفقة أو الكره أو الخوف وغير ذلك من العواطف الإنسانية المتباينة مثل أخبار وفاة عروسين في حادث سير ليلة زفافهما، أو خبرا عن نجاة طفلة وليد من حادث تحطم طائرة أو أخبار الفظائع التي ترتكبها القوات الإسرائيلية في فلسطين تثير عطف العالم بأسره، او ما يقوم به تنظيم داعش الارهابي من قتل للابرياء.

7. الإثارة : واذا ما توفر عنصر الاثارة في خبر ما، فان التفاصيل المتلاحقة لذلك الخبر تضمن له الاستمرار لأيام او أسابيع او أكثر شرط ان يكون هناك جديدا في كل مرة كضمانة لشد انتباه اعداد كبيرة من القراء، وهو ما يحدث في اخبار الاغتيالات السياسية الكبرى، وأخبار الجرائم، والفضائح، ومازالت اخبار قتل الفنانة سوزان تميم تثير اهتمام وسائل الأعلام، ومازال الاهتمام بأسرار اغتيال الرئيس ياسر عرفات قائما وقابلا للطغيان على الاخبار اذا ما تم الكشف عن اية اسرار جديدة.

8. الفائدة أو المصلحة العامة/ الضخامة: يوجد عنصر الفائدة أو المصلحة في الخبر عندما يتضمن الحدث الذي يعرضه الخبر معلومات أو بيانات تمس مصالح عدد كبير من القراء بغض النظر عن كونها مصالح سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية، مثل خبر زيادة الرواتب في البحرين، أو صرف مائة دينار لكل الموظفين في رمضان، ارتفاع أسعار السلع ، اعادة توجيه الدعم للسلع بمعنى أن يثير الخبر اهتمام أكبر عدد من القراء وبذلك تزداد ضخامته.

9. التشويق: الخبر المشوق هو الخبر الذي يدفع القارئ الى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره، وهو أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقا يجذب القارئ الى الاطلاع عليه وقراءته حتى النهاية (رفضت دفع مبلغ نصف دينار للعلاج فماتت في غرفتها)، أو خبر عن انتحار جماعي أو زفاف جماعي في منطقة ما، يجعل القارئ مشدودا لمتابعة الخبر في اليوم التالي.

10. الشهرة: أن أهمية خبر عن رئيس دولة أو ملك أو زعيم سياسي أو ديني كبير تختلف عن أهمية خبر عن وزير أو نائب في البرلمان وهي كذلك تختلف عن أخبار الناس العاديين، فكلما زادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر زادت أهمية الخبر وازدادت فرصة الخبر لأن يحتل مكانا بارزا على صفحات الجريدة، وعنصر الشهرة لا يقتصر فقط على أخبار الناس وإنما أخبار الأماكن الأثرية والتاريخية قد يكون لها نفس القيمة، مثل تدمير تمثال او معلم تاريخي.

11. التوقيت: إن توقيت وقوع الحدث قد يضيف أهمية مضاعفة عليه أو قد يقلل من أهمية الخبر إذا تزامن مع حدث أكثر منه أهمية.

12. المنافسة: وتحتل المنافسات في المسابقات الرياضية مساحات واسعة من التغطية الخبرية في كل انحاء الدنيا، وتكفي متابعة ملايين العرب لمباريات برشلونه وريال مدريد لنتأكد من حضور عنصر المنافسة كعنصر اساسي وقوي في الخبر، والحال نفسه ينطبق على المنافسة بين فرق تمثل بلدانها في المسابقات الكروية او الرياضية عموما.

13. التوقع: احد جوانب اهمية الخبر الصحفي تكمن في مدى اثارته من توقع لاحتمالات ايجابية او سلبية، وعلى سبيل المثال فقد تابعنا اخبار الازمات السياسية في الوطن العربي.

قيم الخبر الصحفي

إن أول ما يجب أن نعرفه عند تناولنا لقيم الخبر الصحفي هو التمييز بين بعض المفاهيم المتقاربة في هذا المجال وهي القيم الخبرية، ومعايير نشر الخبر والصفات الواجب توفرها في الخبر.

القيمة الإخبارية هي العناصر التي يجب توفرها كلها أو بعضها في الخبر لكي يمكن اعتباره خبرا، وهي لا تعد الأساس الوحيد لاختيار الأخبار الصالحة للنشر، وإن القيمة الخبرية ليست هدفا في حد ذاتها بقدر كونها أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار.

أما معايير النشر فهي الأسس التي يعتمدها الصحفيون عند اختيارهم لهذا الخبر الصالح للنشر وهي التي يسأل الصحفي نفسه عنها عندما يحصل على مادة الخبر هل تصلح للنشر أو هل قيمتها تؤهلها من الوصول إلى صفحات الجريدة. وهذه القيم متعارف عليها لدى الصحفيين المحترفين في كل مجتمع من المجتمعات أو في كل وسائل الإعلام وهي معايير غير مكتوبة ومطبقة بشكل نسبي بين الصحف ووسائل الإعلام المختلفة.

إن عناصر الخبر هي العامل الحاسم في تقييم الخبر إلى جانب سياسة الصحيفة اثناء عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر وان عملية نشر الخبر لا تكون على أساس توفر أكبر عدد من العناصر وإنما على أساس قيمة ووزن كل عنصر من هذه العناصر المكونة للخبر مثل: «الجدة والآنية، الأهمية، القرب، الشهرة، الضخامة، الصراع والمنافسة، الغرابة والطرافة». يقصد بسياسة الصحيفة: طبيعة جمهورها ونوعيته، وسياسة الدولة التي تصدر فيها الصحيفة، والمساحة المخصصة للأخبار، شخصية رئيس التحرير، كوادر الصحيفة».

تضفي القيم الإخبارية الأولوية على الموضوعات التي تدور حولها الإخبار وعلى طريقة نشرها. فأخبار المشاهير والزعماء ورؤساء الحكومات تأخذ قيمة إخبارية أكثر من الأخبار التي تقل عنها أهمية وهناك بعض التقسيمات للأخبار تضفي أهمية للخبر: مثل الناحية الجغرافية أو الدينية أو الإنسانية، الجدة، الطرافة، القرب المكاني، التوقيت، الأهمية، السلبية، كلها معايير تزيد من قيمة الخبر.

صفات الخبر الصحفي

هناك من يرى أن الدقة، الصحة، الموضوعية، سياسة الجريدة هي من عناصر الخبر، ولكنها تكون اقرب الى صفات الخبر من عناصره، لأن العنصر مهم جدا لوجود الشيء ولكن الصفة قد تكون أو لا تكون. وان التمييز بين عناصر الخبر وصفاته لا يقلل من أهمية الصفات وإنما يدخلها في تعريف الخبر. تجدر الإشارة هنا إلى القول أن صفات الخبر مثل الدقة والصدق والموضوعية لا تعد معيارا من معايير النشر وإنما هي شروط أخلاقية ومهنية ينبغي أن تلتزم بها وسائل الإعلام في نشر الأخبار.

ومن صفات الخبر الرئيسية :

1.الصدق او الصحة :

لا يمكن نشر أي خبر دون التأكد من صحته، فصحة الخبر شرط لازم لنشره، ومن المعيب نشر خبر لم تتأكد الصحيفة من صحته، واذا ما تم تكذيب الخبر فان هذا التكذيب يضر بسمعة ومكانة الصحيفة، ولا يفيد اعتذار او تصويب الصحيفة للخبر الكاذب من حجم الاضرار التي إصابتها لنشرها خبرا كاذبا.

2.الدقة :

وهي تعني نشر الصحيفة الحقيقية الكاملة للحدث دونما حذف يضر بالسياق او يغير المعنى، واذا كان الاهمال والسرعة في كتابة ونشر الخبر اسباب لنقص او غياب الدقة فإنها اعذار لا تبرر عدم تحري الدقة الواجبة.

3.الموضوعية :

والموضوعية هي عدم اخضاع الخبر للتحريف بالحذف او بالإضافة، فالخبر الصحفي غير خاضع للتلوين حسب سياسة الصحيفة.

4. سياسية الصحيفة :

من المفروض أن سياسة الصحيفة ليست عنصرا من عناصر الخبر وإنما هي شرط من شروط نشره أو صفة من صفاته، بمعنى إن امتناع جريدة ما عن نشر خبر معين لتعارضه مع سياستها لا ينفي عن الخبر صفته كخبر ولا يمنع الصحف الأخرى من نشره.

نماذج الخبر الصحفي

اتفق المهتمون بعلم الأخبار والباحثون الإعلاميون والكتاب الصحفيين على أن هناك أربعة نماذج للأخبار، كل نموذج منها يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر ولكل نموذج منها تأثيره في غرف الأخبار ولدى الجمهور. ان هذه النماذج الأربعة تجسد في نظرتها المختلفة للعملية الإخبارية على تشابك العوامل المؤثرة في إعداد الخبر وتوزيعه في صيغته النهائية. كما تصور النظريات المتباينة للخبر كبضاعة معروضة للسوق وكنوع من الخدمة الاجتماعية تقدمها وسائل الإعلام للقراء أو للجمهور. مما يدل على أن كتابة الخبر الصحفي فن يحتاج درجة عالية من الدقة والمسؤولية، ويحتاج إلى قدر كبير من المهارات والخبرات.

1. نموذج المرآة: يقول أتباع هذا النموذج أن الخبر يعكس واقعا معينا كما تفعل المرآة. أي أن الصحفيين يراقبون ويتأملون العالم بدقة وموضوعية قدر الإمكان ثم يكتبون ذلك في الصحف إي يعكسون الواقع كما هو أي أن أصحاب هذا النموذج يقولون نحن لا نصنع الخبر بل ننقله كما كان دون تفسير.

نقاد هذا النموذج يرون أنه غير واقعي فمن المستحيل نقل أو عكس كل الأخبار التي تدور في العالم من جهة، كما أن هناك شيء اسمه التحرير الصحفي من جهة أخرى والتحرير قد يتدخل في الخبر حتى أحيانا قد تشوه الصورة المنقولة في الأخبار الواقع الحقيقي فقد تبدو مجموعة متظاهرين مثل جيش عظيم أمام الكاميرا أو في الصورة.

2. النموذج الحرفي: يرى أصحاب هذا النموذج أن صناعة الأخبار إنما هي محاولة يقوم بها محترفون ماهرون يقومون بتوليف الأخبار التي يتم اختيارها حسب أهميتها واجتذابها للجمهور، وهذا يعني أن الجمهور هو الأصل وهم الذين يقررون أو يرفضون ما يقدم من أخبار.

ولكن الصحفي المحترف والمهني هو الذي يعرف ماذا يريد الجمهور وماذا يمكن أن يكون مقبولا أو مرفوضا اجتماعيا بالرغم من كل الضغوطات التي يواجهها، ويرى أن الخبر بضاعة خاضعة للمنافسة، وأن الخبر خدمة اجتماعية يستفيد منها القراء بشكل رئيسي.

3. النموذج المؤسساتي: يقوم هذا النموذج على نظرية العمل المؤسسي وتقاليده وتعليماته وطرق تعامل المؤسسة كمؤسسة (الجريدة) مع الأحداث والأخبار. أي أن اختيار الأخبار يتم من خلال العمليات والمعايير المؤسساتية وأهدافها أو ما يمكن أن نسميه الدليل الأسلوبي الذي تعتمده المؤسسة. ويمكن أن يتضح هذا حتى في المحطات الإذاعية والفضائيات وكبرى وكالات الأنباء العالمية، أسوشيتد برس واليونايتد برس ويتضمن هذا أحيانا بعض التعليمات اللغوية والتقاليد التي تتسم بها المؤسسة وتلتزم بها عن التغطيات الإخبارية.

تجدر الإشارة هنا إلى أنه كلما أصبحت المؤسسات الصحفية أكبر وأوسع كلما قل ميلها للمجازفة، لأن مصالحها متشعبة مما يقتضي منها شيئا من الموازنة بين المصالح وبين الإثارة الصحفية.

بمعنى إن وكالات الأنباء الكبرى أصبحت تسعى لحماية احتكاراتها وليس إلى تحدي السلطة. إضافة إلى دخول عنصر الإعلان الذي أصبح يتحكم أحيانا كبيرة حتى في سياسية التحرير والمحررين والمراسلين الصحفيين بحيث أصبحوا ميالين إلى تحوير تقاريرهم بما يناسب الإعلان. مثال عنوان لإحدى المجلات يقول « ماذا يجب عليك معرفته عن الذبحة الصدرية» ولكنها لم تذكر في التفصيل على الإطلاق شيئا عن التدخين وأضراره. لأن غلافها الثاني كان يحمل إعلانا عن دخان مالبورو، خوفا من مقولة « إما أن تجامل المعلن أو أن تلتحق بركب العاطلين عن العمل».

4. النموذج السياسي: أصحاب هذا النموذج يرون أن الأخبار إنما هي نتاج الميول الايدولوجية للقائم بالأخبار، فضلا عن ضغوط البيئة السياسية التي تعمل فيها المؤسسة الصحفية. أي أن الجريدة تتلون باللون السياسي القائم في البلد سواء كان اشتراكي أم ديمقراطي أم دكتاتوري أو عسكري.

أنواع الخبر الصحفي

تتوقف أنواع الخبر على المعيار الذي يتم التقسيم على أساسه وعلى ذلك يمكن تقسيم الخبر إلى الأنواع التالية:

أولا: أنواع الأخبار حسب التقسيم الجغرافي

ومعيار هذا التقسيم هو مكان حدوث الخبر أو موطنه، وهو في نفس الوقت موطن صدور الجريدة ومقرها...وعلى هذا المعيار نجد نوعين من الأخبار.

أ - الأخبار الداخلية

وهي الأخبار التي تقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة
مثال: خبر بعنوان (بدء التسجيل لعلاوة الغلاء في وزارة التنمية الإجتماعية)
اعلنت وزيرة التنمية الإجتماعية عن بدء تسجيل المواطنين المستحقين لعلاوة الغلاء على ان يتم صرفها الشهر المقبل لجميع المسجلين والتي تنطبق عليهم الشروط.... الخ. هذا الخبر داخلي أو محلي، تقع أحداثه في البلد الذي تصدر به الجريدة والحدث الذي يدور الخبر حوله داخلي يتناول توزيع علاوة الغلاء على المستحقين من مواطني مملكة البحرين.

ب - الأخبار الخارجية

وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الجريدة سواء أكان هذا المجتمع عربياً أو أجنبياً.

2ـ التقسيم الموضوعي بالنسبة للخبر

أي أن موضوع الخبر هو المعيار هنا، فهناك الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية، والأخبار الرياضية والأخبار الفنية، والأخبار الأدبية والثقافية، والأخبار العسكرية والعلمية، وغيرها تبعاً لنوع الوقائع التي يعرضها الخبر.

3ـ التقسيم الزمني للخبر

هنا الوقت الذي يقع فيه الحدث هو أساس هذا التقسيم ، وهو ينقسم إلى نوعين:-
أ- أخبار متوقعة
وهي الأخبار التي يعلم المندوب بوقوعها مقدماً من حيث مكان وموعد حدوثها.

مثال:

وزير الداخلية البحريني يفتتح السبت القادم منتدى الامن الوطني

تحت رعاية معالي الشيخ راشد بن عبدالله آل خليفة وزير الداخلية في مملكة البحرين تنطلق السبت القادم فعاليات منتدى الامني الوطني وذلك بمشاركة اكثر من 18 دولة وخبير بحريني وعالمي وذلك بفندق الرتزكارلتون بالمنامة.

هذا الخبر من الأخبار المتوقعة ، حيث أنه معروف مسبقاً موعد تنظيم هذا المنتدى ومن سينظمه ومتى وأين.

ب - أخبار غير متوقعة

وهي الأخبار التي لا يعلم المخبر الصحفي عنها شيئاً ولا يتوقع حدوثها، أي تلك الأخبار التي تحدث فجأة مثل أخبار الكوارث والحوادث، وهذا النوع من الأخبار هي التي تعيش عليها الصحف، فالأخبار غير المتوقعة تعتبر بمثابة الدم الحيوي الذي يجري الحياة في عروق الصحافة الحديثة.

4 - الخبر الجاهز والخبر المصنوع

أ - الخبر الجاهز

يقصد به ذلك الخبر الذي لا يبذل المندوب الصحفي جهداً في الحصول عليه، وإنما يأتي إليه جاهزاً من خلال إدارات العلاقات العامة بالوزارات والهيئات، ومن خلال ما تنشره المطابع من كتب ونشرات.

وعيب هذا النوع من الأخبار أنها تكون دائماً في متناول أيدي جميع الصحفيين بحيث لا يستطيع الصحفي أن ينفرد بنشرها دون غيره من الصحف، والاعتماد كثيراً على مثل هذه النشرات يخلق صحافة رديئة.

ب - أما الخبر المصنوع

فهو الخبر الذي يبذل مندوب الجريدة جهدا حتى يحصل عليه، فهو من صناعته هو وإبداعه، وأكثر الصحف فعالية هي التي تعتمد على الخبر المصنوع حيث يقوم المخبر الصحفي باكتشاف الحدث والحصول على المعلومات الإضافية المهمة عنه بدلاً من أخذ المسألة كلها جاهزة من مصدر خارجي.

5. الخبر الخفيف والخبر الجاد

وهذا التقسيم يعتمد على معيار طبيعة الخبر ، وينقسم إلى :

أ - الخبر الخفيف

هو الخبر الطريف الذي يهدف في المقام الأول إلى تسلية القارئ وإثارة انتباهه، ومن ذلك الأخبار الرياضية والفنية وأخبار الحوادث والجرائم.

ب - الخبر الجاد

أما الخبر الجاد فهو الخبر الذي يؤثر في حياة الأفراد ويتعلق بموضوعات جادة، مثل الأخبار السياسية والاقتصادية وأخبار التعليم وغيرها من الأخبار الحياتية.

6 - الخبر المجرد والخبر المفسر

أ - الخبر المجرد

هو الخبر الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الحوادث، أو سرد المعلومات دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات والبيانات والتفاصيل.

ب - الخبر المفسر

هو الخبر الذي يضيف خلفيات ومعلومات وبيانات توضح وتفسر الحدث وأبعاده المختلفة، ولكن يبقى الخبر بعيداً عن الرأي حتى لا يفقد صفة الموضوعية.

7. الخبر الملون والخبر الموضوعي

أ - الخبر الملون

هو الخبر الذي يلون الحقائق والأحداث لخدمة هدف أو غرض أو سياسة معينة.

ب - الخبر الموضوعي

هو الخبر الذي يعتمد فقط على ذكر الحقائق بدقة وبعيداً عن التلوين بحيث يصل الخبر إلى القارئ كما وقع بالفعل.

مصادر الخبر الصحفي

مصادر الخبر الصحفي هي الادوات التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي. وقد يكون المصدر شخصا (كبار الشخصيات) وقد يكون المصدر جهة مثل وكالات الانباء ونشرات الاخبار والنشرات الصادرة عن جهات رسمية وغير رسمية، ولكل صحيفة نوعان رئيسيان من مصادر الاخبار.

المصدر الذاتي: التي يعتمد على هيئة التحرير والمندوب والمراسل.

المصادر الخارجية: وهي وكالات الانباء والاذاعات والصحف والمجلات والوثائق وشبكات التواصل الاجتماعية وغيرها.

أولا : المصادر الذاتية :

1 .المندوب الصحفي:

ولكل صحيفة عدد من المندوبين المكلفين بتغطية الاخبار والوزارات والمؤسسات والهيئات الرسمية والحزبية وغير الحكومية، كما يكلف المندوبين بتغطية المؤتمرات الصحفية والمهرجانات التي تقام بالمناسبات العامة والوطنية والفصائلية.

وتخصص الصحف عادة لكل وزارة اومجموعة مؤسسات مندوب، اضافة لمندوب يخصص للبرلمان. ويحرص المندوب الناجح على نسج علاقات جيدة مع الاوساط المسؤولة في ميدان اختصاصه، ويحتفظ المندوب الناجح بمواعيد المؤتمرات والمناسبات، كما يحرص على الاحتفاظ بأرقام هواتف الشخصيات والموظفين المهمين لاستمرار التواصل معهم.

وفي كل جريدة قسم للأخبار، وعادة ما يكون رئيس قسم الاخبار هو الشخص الاهم بعد رئيس التحرير.

ومن الضروري تحديد الجريدة لاختصاص كل مندوب، فالاختصاص ضمانة لإتقان العمل وكفاءة ودقة المندوب، ومع تراكم الخبرة ومرور السنوات والتخصص يزداد المندوب اهمية، ويصبح مرجعا في مجال اختصاصه، كما تزداد علاقاته اهمية مع تقدم مصادره في السلم الوظيفي، ولا غرابة ان تجد مندوبا ناجحا صديقا قديما لوزير يضمن له اكثر من سبق صحفي.

ومن واجب المندوب قراءة الصحف التي تصدر في بلده والاستماع الى نشرات الاخبار لمتابعة ما ينشر ويذاع في مجال تخصصه.

2 .المراسل الخارجي:

واذا كان المندوبون مكلفون بتغطية الاخبار المحلية في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية وغيرها، فان المراسلين في العواصم الهامة ومناطق الاحداث الساخنة مكلفون بتغطية الاخبار الخارجية.

وعادة ما يتم اختيار المندوب والمراسل وفق مواصفات محددة تضمن امتلاكه للحس الصحفي

والثقافة الواسعة المتنوعة المجالات، كما تحرص الصحف على امتلاك المندوب والمراسل لموهبة اقامة العلاقات مع اعلى المناصب ومع صغار الموظفين، وان يكون سريع البديهة، قوي الملاحظة، ذو قدرة وموهبة في صياغة الاخبار، وان يكون متابعا لكل ما يذاع وينشر.

يضاف إلى كل هذا شرط امتلاك اللغة الاجنبية، واحيانا اكثر من لغة، حتى يتمكن من تأدية واجباته في مناطق عمله، كما تحرص الصحيفة على ان يكون المراسل قادرا على ممارسة كافة الوان الفن الصحفي من الخبر والتحقيق إلى المقابلة والعمود الصحفي والمقال. فالمراسل الجيد هو من يقوم بتغطية كافة النشاطات والفعاليات السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية والفنية في مكان عمله.

ويجب ان يكون المراسل لائقا من حيث الشكل، حسن السمعة، واسع الثقافة، قادرا على كسب احترام القادة والمسؤولين والموظفين والمواطنين العاديين.

وتحرص كبريات الصحف العالمية ووكالات الانباء ومحطات التلفزيون على تنمية قدرات مراسليها بدورات متخصصة، وتشجعهم على الدراسة والتخصص الاكاديمي بما يطور قدراتهم اضافة الى دراستهم للصحافة.

ثانيا: المصادر الخارجية:

1. وكالات الانباء:

قليلة هي الصحف القادرة على تغطية احداث العالم بشبكة من مراسليها، وباستثناء كبريات صحف العالم، فان الصحافة تعتمد على اشتراكاتها في وكالات الانباء العالمية التي تمتلك مراسلين منتشرين في انحاء الدنيا.

وتوفر وكالات الانباء كمية هائلة من الاخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية والفنية وفي كافي الاهتمامات الانسانية، ولهذا تعتمد الصحف على الوكالات، من اهم الوكالات العالمية: رويترز، يونايتد برس UP ، اسوشيتد برس AP، وكالة الصحافة الفرنسيةAFP، وكالة الانباء الالمانية DPA.

ومن اهم الوكالات العربية: وكالة انباء البحرين «بنا» وانباء الشرق الاوسط المصرية أ.ش.أ، والسعودية «واس» والاماراتية «وام» الاردنية بترا، الكويتية كونا، الفلسطينية وفا، والعمانية ، والقطرية «قنا»، والتونسية ووكالة المغرب العربي، وقد انشأت الدول العربية كافة وكالات للأنباء، لهذا فان معظم وكالات الانباء العربية وكالات رسمية مع ان قوانين بعض الدول العربية تسمح بإنشاء وكالات انباء خاصة، كما يوجد اتحاد لوكالات الانباء العربية «فانا» يضم جميع الوكالات العربية الرسمية تحت مظلته.

2. الاذاعات ومحطات التلفزيون المحلية والاجنبية:

الاذاعات مصدر هام للأنباء، وهي الاداة العالمية الاكثر سرعة، ومع التقدم التقني وثورة الاتصالات ازدادت سرعة اذاعة الخبر، وبات العالم قرية صغيرة، لهذا نتعود الان على متابعة احداث عالمية اثناء حدوثها، ويستطيع المشاهد والمستمع متابعة حدث يجري.

3 الصحف والمجلات المحلية والاجنبية :

تتفرد الصحف احيانا بسبق صحفي حول حدث او موقف، وقد تنشر وثيقة شديدة الاهمية تتناقلها الصحف الاخرى، كما تتفرد الصحف بنشر احاديث صحيفة مع شخصيات هامة، وتتحول الصحيفة في هذه الحالة إلى مصدر لكل وسائل الاعلام التي تتناقل اهم ما في الحديث الصحفي من مواقف تتعلق بقضايا راهنة ساخنة. وفي حالات اخرى يكون تحقيق صحفي حول فضيحة سياسية حدثا هاما، وهذا ما حدث في تموز1972 عندما فجرت صحيفة الواشنطن بوست فضيحة ووترجيت التي اطاحت بالرئيس الاميركي ريتشارد نيكسون، وكان التحقيق الذي قام به الصحفي بوب ودوارد سبقا عالميا تناولته صحف العالم. وجرت متابعته لفترة طويلة، ومن الضروري الاشارة إلى ان سبق الصحيفة قد يكون صورة اضافة للخبر والتحقيق والمقابلة او مقال رأي لكاتب كبير معروف عالميا.

4 النشرات:

لمعظم الوزارات والهيئات الحكومية وغير الحكومية نشرات اخبارية يومية دورية تقوم بتوزيعها، وتكون هذه النشرات مصدرا لأخبار الصحف، والاعتماد على وكالات الانباء العالمية، لا يضمن للصحيفة سبقا لان النشرات والوكالات تصل كافة الصحف.

5 المؤتمرات الصحفية :

من اكثر المصادر اهمية المؤتمرات الصحفية، فعادة ما تنظم جهة ما مؤتمرا صحفيا لمسؤول كبير تدعو اليه كل الصحفيين والمراسلين، ويخصص المؤتمر لقضية هامة راهنة تحظى باهتمام الاعلام، وفي المؤتمر الصحفي يتاح المجال لكل الصحفيين توجيه اسئلة للمسؤول.

6 المواقع الالكترونية :

في عصر ثورة المعلومات والاتصالات اصبحت المواقع الالكترونية للجهات الرسمية والاهلية وحتى مواقع الشخصيات الهامة... أصبحت مصدرا أساسيا للخبر، وقد استبدلت جهات كثيرة نشراتها بمواقع الكترونية، فهي اشد سرعة واقل كلفة، وتوفر مساحات اوسع تكفي لتغطية كافة نشاطات وفعاليات ومواقف الجهة التي تنطق باسمها.

كما لعبت وسائل التواصل الاجتماعية دورا في هذا المجال وخصوصا في ظل صحافة المواطن التي انتشرت على تلك الشبكات واصبحت ملايين المعلومات تبث بالصوت والصورة على مدار الساعة.

7 شاهد عيان:

في كثير من الحالات واثناء الحروب والكوارث الطبيعية والحوادث يحتاج الصحفي الي شاهد يؤكد روايته ويغنيها بالتفاصيل، وفي مثل هذه الحالات يكون المواطن العادي مصدرا رئيسيا هاما للخبر، ويجب ان يكون هذا المواطن (شاهد عيان) حاضرا عند وقوع الحدث حتى يزود الصحفي بالوقائع والاسماء والتوقيت بالحد الاقصى من الدقة، وهذا متوقف بالطبع على قدرة الصحفي على استجواب المواطن الشاهد حتى يستخرج منه كل المعلومات التي تضمن للخبر ان يكون مكتملا.

8 مصادر اخرى:

هناك العديد من المصادر الأقل أهمية، ومع ذلك فان واجب الصحفي يفرض عليه الاهتمام بها مثل:

1. أصدقاء وزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة.
2. الحفلات والمهرجانات.
3. اللجان الرسمية والأهلية.
4. الإعلانات.
5. وسائل القراء (شكاوي المواطنين).
6. الصدفة...

كثيرا من الاخبار الهامة يلتقطها الصحفي دون ان يخطط لها او يتوقعها، ويجب ان يكون الصحفي (المندوب او المراسل) ذو جاهزية بحكم تكوينه، ولهذا تشترط الصحف والوكالات في الصحفي ان يكون:

أ - قوي الملاحظة (يمتلك الحس الصحفي).

ب - قادر على تحليل وتفسير الإحداث.

ت - جيد النظر والسمع.

ث - يجيد الأسئلة المناسبة.

ج - يجيد تدقيق المعلومات حتى لا يكون ضحية لمعلومات كاذبة او غير مؤكدة.

التغطية الإخبارية

هي العملية، التي يحصل، خلالها، المحرر الصحفي على معلومات، عن التفاصيل، والتطورات، والجوانب المختلفة لحدث، أو واقعة، أو تصريح ما، أو بمعنى آخر، يجيب على كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ، في شأن هذه الواقعة، أو الحدث، أو التصريح، ثم يقيِّم هذه المعلومات، ثم يحررها، بأسلوب صحفي مناسب، وفي شكل صحفي مناسب. وهناك عدة أنواع للتغطية الإخبارية من حيث اتجاه المضمون هي:

1. التغطية المحايدة Objective News reporting

وفيها يقدم الصحفي الحقائق فقط، أي قصصاً إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي، والتحيز، أي يعرض الحقائق الأساسية، والمعلومات المتعلقة بالموضوع، من دون تعميق أبعاد جديدة، أو تقديم خلفيات، أو تدخل بالرأي، أو مزج الوقائع، بوجهات النظر.

2. التغطية التفسيرية Interpretative News reporting

وفيها يجمع الصحفي المعلومات المساعدة، أو التفسيرية، إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية بهدف تفسير الخبر، أو شرحه، وخدمة القراء، الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم، بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل. وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام، المحيط بالحدث، أو وصف المكان، أو وصف الأشخاص، وذكر بعض المعلومات الجغرافية، أو التاريخية، أو الاقتصادية، أو السياسية، عن البلد، التي وقع فيها الحدث، وتحليل الأسباب، والدوافع والنتائج، والآثار المتوقعة، المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة، وعقد المقارنات.

3. التغطية المتحيزة أو الملونة Advocacy News reporting

وفي هذه التغطية، يركز الصحفي على جانب معين، من الخبر، وقد يحذف بعض الوقائع، أو يبالغ في بعضها، أو يشوه بعض الوقائع، وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي، وهدف هذه التغطية هو تلوين، أو تشويه الخبر.

تمر عملية التغطية الإخبارية الصحفية بعدة خطوات على النحو التالي:

1. وضع خطة لتغطية الخبر من مختلف جوانبه.
2. الإعداد المسبق لتغطية الخبر من خلال الاطلاع على المصادر غير الحية وقسم المعلومات الصحفية.
3. الانتقال إلى مكان الحدث للوقوف على تفاصيله.
4. مقابلة المصادر المختلفة مع التركيز على المصادر الأساسية للخبر.

5. تسجيل الحدث مع أخذ النقاط التالية بعين الاعتبار:

- وصف الحدث وذكر التفاصيل كما وقعت.
- وصف جو الحدث وذكر الملابسات والظروف المحيطة بالحدث.
- الربط بين الأحداث بهدف اكتشاف العلاقات بحثا عن أخبار جديدة.
- التأكد من صحة وقائع الخبر والمعلومات الخاصة بالأسماء والعناوين والأرقام والتواريخ.
- التعريف بالأشخاص المشتركين في الحدث.
- التعريف بالأماكن التي وقع بها الحدث.
- التعريف بطبيعة عمل الهيئات والمؤسسات التي لها صلة بالحدث.
- ذكر الحوادث الشبيهة والمواقف المماثلة للحدث.

الأسئلة الستة:

على اختلاف المدارس والتقسيمات التي تناولت الخبر فإنه يجيب الخبر على الأسئلة الستة المتعارف عليها في علم الصحافة، حتى يعد خبرا متكاملا:

1. What ماذا حدث؟
2. Who من هو الشخص او الشخصيات التي اشتركت في الحدث؟
3. Where اين وقع الحدث (المكان) ؟
4. When متى وقع الحدث (الزمان) ؟
5. How كيف وقع الحدث ؟
6. Why لماذا وقع الحدث ؟

وليس ضروريا وصول الصحفي الى اجابات لكل الاسئلة في كل حدث، فقد لا يحتمل حدث ما اجابات عن كل الاسئلة، مع انه من الضروري الاجابة عن اربعة تساؤلات حتى تأخذ المعلومة صفة الكمال، والتساؤلات الاربعة هي:

(ماذا، من، متى، اين)، اما الاجابات عن بقية التساؤلات فتاتي من باب المتابعة الخبرية، ومن الضروري التذكير بانه ليس كل معلومة بحاجة الى متابعة . كما انه ليس ضروريا عند صياغة الخبر ان يتم عرض التساؤلات وفق الترتيب الذي اوردناه، فقد يكون عنصر المكان هو ابرز العناصر في خبر ما، او يكون اسم الشخصية التي يدور حولها الحدث حول الاهم، واحيانا يكون عنصر الزمن والوقت هو الاهم، وفي معظم الاحيان تكون الواقعة (ماذا) هي العنصر الاهم.

بديهي ان الحصول على معظم الاخبار يتم عن طريق اجراء المقابلات مع مصادر الاخبار، وبديهي ان يكون الصحفي جاهزا بالتساؤلات التي تضمن الحصول على المعلومات كاملة.

ويجب ان لا يذهب الصحفي (المندوب او المراسل) الى تغطية الخبر دون ان يكون جاهزا من خلال الاعداد المسبق والمعرفة الاساسية بالموضوع من خلال الارشيف او الكتب او النشرات والتقارير المرتبطة بالحدث ، عند ذاك تكون تساؤلات الصحفي اكثر دقه وتكون تغطيته ناجحة ووافية ونظيفة من اخطاء تتعلق بالأسماء والاماكن والتواريخ وخلفيات الخبر.

عملية كتابة الأخبار وتحريرها

يميز المتخصصون في علم الصحافة بين كتابة الخبر وتحريره على أساس أن فعل الكتابة يختلف عن فعل التحرير، وهما فعلا عمليتان منفصلتان عن بعضهما البعض سواء بالفعل أو الزمن أحيانا والشخص الذي يقوم بالمهمة في كل منهما، ومهما تكن التقسيمات فان الخبر الصحفي يمكن تقسيمه إلى عدة أجزاء من الناحية التحريرية: مقدمة (استهلال) ومتن (تطور الخبر) أو صلب الخبر وخاتمة إضافة إلى عنوان في معظم القوالب الفنية للخبر، ولكنها تختلف بين قالب وآخر ومن صحيفة لأخرى.

فبعد أن يصل الخبر إلى مكاتب الجريدة إلى قسم التحرير (الدسك) وأقسام الأخبار من خلال عملية جمع الأخبار من مصادرها المختلفة، تخضع لعملية مراجعة دقيقة قد تنتقل بين شخصين أو أكثر من خلال ما أطلقنا عليه سابقا عملية تصنيع الأخبار، أو عملية تحرير الخبر داخل الجريدة والتي يقوم بها أيضا محررون مختصون ورؤساء التحرير لتشذيب وإعادة صياغة الخبر بشكله النهائي الذي يظهر به قبل أن نقرأ خبراً في صحيفة أو مجلة وبطبيعة الحال قبل أن نشاهد خبراً في التلفزيون أن نسمع الإذاعة. فالمعالجة الصحفية للخبر قد تصل أحيانا إلى نفس أهمية الحصول على الخبر وربما تزيد. فعملية التحرير إذاً هي الميدان الذي تتنافس فيه الصحف ووسائل الإعلام، وقد أصبح لكل منها نمطها الخاص، أو أسلوبها الذي يميزها عن غيرها ولذلك قلنا مسبقا النموذج المؤسساتي للخبر.

يمثل التحرير الصحفي ركناً رئيسياً للصحيفة وإخراجها، وهو الأساس في نجاحها ورواجها، فالصحيفة هي التحرير أولاً، وكل نجاح تحققه إنما هو نتيجة جودة التحرير ونجاحه، وبناءً على هذا النجاح والرواج يستطيع القائمون على الصحيفة أن يضعوا لها سياسة متطورة في الإخراج والإدارة والتوزيع والإعلان.

عملية التحرير إذاً هي الميدان الذي تتنافس فيه الصحف ووسائل الإعلام وقد أصبح لكل منها نمطها الخاص أو أسلوبها الذي يميزها عن غيرها ولذلك قلنا مسبقا النموذج المؤسساتي للخبر.

والتحرير هو فن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية ومظاهر الحياة إلى مادة صحفية مفهومة سواء كانت مطبوعة أم مسموعة أم مرئية، فالأساس من التحرير هو الإفهام أولا والتعريف بما يجري من أحداث ثانيا بطريقة تجذب الجمهور ثالثا، ثم التأثير فيهم وتقنعهم وترشدهم وتوجههم رابعا.

يقوم المحرر بكتابة أو بإعادة صياغة الخبر، والتأليف بين الموضوعات، كما يصحح اللغة ويتأكد من الأخطاء، ويختار العناوين الرئيسية والفرعية، يتأكد من السلامة القانونية للخبر، ويتأكد من توافق الخبر أو النص مع أسلوب وتقاليد الجريدة، ثم يوفر المساحة الكافية له على صفحات الجريدة، ولذلك فان خصائص وميزات ومؤهلات المحرر قد تكون أكثر بكثير مما هو متطلب بالمراسل أو من يقوم بتغطية الخبر ذاته، لأن عمله يفوق من حيث الجهد والخبرة أحيانا عمل الصحفي الذي يقوم بتغطية الخبر الصحفي. إن مقدار عملية التحرير أو حجمها يتوقف على مهارة كتاب الأخبار

(الصحفيين) أصلا فإذا كان الكاتب متمرسا وخبيرا في صياغة الأخبار وأساليبها وقواعدها فانه يوفر جهدا على المحررين وإلا فإن من واجبات المحرر أن يقوم ببعض المهام التحريرية ومنها:

- معالجة الضعف في كتابة الأخبار والموضوعات الركيكة.
- معالجة المقدمات والاستهلالات الخاطئة.
- التخلص من الحشو الزائد والعبارات الفضفاضة المترهلة ومعالجة الموضوعات المسهبة والطويلة.
- معالجة الموضوعات التي تفتقر إلى حرفية الكاتب.
- تغطية النقص في المعلومات أو الحقائق المفقودة في الخبر.
- توخي الدقة والإيجاز وإصابة المعنى المقصود من الخبر.

أهداف التحرير الصحفي:

- تحري الأخطاء التي قد ترد في المعلومات وتصحيحها.
- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي.
- تعديل لهجة النص الصحفي وتقديمه بمنطقية وموضوعية.
- جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له.
- جعل النص الصحفي مفهوما لدى القارئ.
- تسهيل عملية الإخراج الصحفي
- خلق نوع من التناغم الأسلوبي بين المواد الصحفية والموضوعات المنشورة.
- جعل النص الصحفي يتناسب مع سياسة الصحيفة.

عنوان الخبر الصحفي

من الأشياء التي تجذب القارئ إلى قراءة مقال ثلاثة أمور هامة: أولها العنوان وثانيها طريقة العرض وثالثها كاتب المقال، وقد يعني هذا أن الطريق إلى شهرة الكاتب إضافة إلى جودة ما يكتب هي طريقة كتابة عنوان مقاله. وأن جاز أن نعرف العنوان فإننا نقول بأنه السطر الأول أو مجموعة الأسطر التي تسبق موضوعا أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية. وهذا التعريف يشمل كل الوحدات التي تسبق صدور (جمع صدر) الأخبار والموضوعات التي تنشر عنها الصحيفة.
إن كتابة العنوان هي المهمة الرئيسية الثانية للمحرر بعد تنقيح النص وضبطه من النواحي الفنية كافة، ومن الضروري أن يتأكد المحرر من أن عنوانه قادر على جذب انتباه القارئ ، والعناوين في الجريدة هي بمثابة الفهرس من الكتاب تمكن القارئ من معرفة المحتوى من نظرة بسيطة. فمن الناحية الوظيفية فإن عنوان الخبر هو الذي يخبر القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة أو عن أهم زاوية فيه.
العنوان هو آخر جزء يكتب في أي عمل سواء أكان فنيا أم خبرا وحتى في المؤلفات والكتابات الإبداعية، وحتى في عالم الصحافة فإن الصفحة الأولى يمكن أن نسميها عنوان الجريدة (إن جاز التعبير) تبقى آخر صفحة ولا تختم إلا عند الانتهاء منها بشكل تام. ولذلك بد أن يكتب عنوان الخبر الصحفي بعد الانتهاء من صياغة الخبر وكتابته لأن العنوان هو المدخل الحقيقي للخبر ولبقية القصة الخبرية، ولذلك يجب أن يكون واضحا من الناحية اللغوية، مختصرا. ومن المعروف في عالم الصحافة أن للعناوين لغتها الخاصة المكثفة الموحية التي تعتمد الإيجاز المعبر باللفظ المثير الذي يجذب اهتمام القراء ويدفعهم إلى قراءة الموضوع أو إلى شراء الجريدة.
بعض كبار المحررين يضع أمامنا حكمة أو قاعدة ذهبية عن العنوان بقوله: «إن مساحة العنوان أغلى من أن تضيع بتعميمات وكلمات غامضة». وينبغي أن تكتب الأرقام في العنوان رقما لا حروفا باستثناء الرقم 1 أو 2 فالأفضل كتابتهما بالحروف.
العنوان الجيد هو الذي يؤدي عدة وظائف في نفس الوقت ومنها: « جذب اهتمام القارئ، وتلخيص الموضوع، وأن يكرس أسلوب الصحيفة ويجسد شخصيتها، وأن يكون موجزا إلى أبعد درجة غير مخلة، ويجب أن يلبي حاجة القراء ويخلق في أذهانهم صورة أولية عن الموضوع وبالتالي يساعد في البيع.

انواع العنوان الصحفي من حيث الحجم والوظيفة ؟

تنقسم العناوين من هذه الزاوية إلي أكثر من نوع ، هي : العنوان الرئيسي، العنوان الثانوي، العنوان التمهيدي ، العنوان الثابت ، عناوين بقايا الموضوعات ، العنوان الفرعي .

1ـ العنوان الرئيسي:

هو الذي يحمل محور الخبر أو خلاصة الموضوع الصحفي ، ولذلك جرت العادة على أن يكون متميزا

عن صلب الموضوع من حيث حجم الحروف المستخدمة بصفة أساسية ، و قد يصل اتساع العنوان الرئيسي إلى احتلال عرض الصفحة كلها في العنوان العريض إذا كان يمثل درجة كبيرة من الأهمية لا يمثلها أي موضوع أخر في الصفحة.

2. العنوان الثانوي:

هو الذي يحمل الأفكار الثانوية أو الفرعية و الأقل أهمية فهو سطر أو سطرين يلحقا بالعنوان الرئيسي ويحتوي على تفاصيل أكثر للخبر ، أو تشير إلى عنصراً اخر من عناصره إذا تعددت تلك العناصر ، و قد يتبع العنوان الرئيسي عنوان ثانوي واحد كما يمكن أن يتبعه عنوانان ثانويان أو أكثر ، و يكون العنوان الثانوي ببنط أقل من العنوان الرئيسي.

3. العنوان التمهيدي:

هو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي و يمهد له ، ويتكون في الغالب من كلمة أو كلمتين ولذا عادة ما يجمع بحجم أصغر من الحجم المجموع به العنوان الرئيسي و كذا العنوان الثانوي. وعادة ما يكون تحته خط و يوضع أعلى العنوان الرئيسي، و عادة ما يستخدم ليمهد للقارئ تلقي التفاصيل التي يحويها العنوان الرئيسي.

4. العنوان الثابت:

يتميز هذا العنوان عادة بالثبات في المضمون و الموقع و المعالجة التيبوغرافية، ويشير إلى عناوين الأبواب أو الأركان التحريرية و الأعمدة الخاصة التي يكتبها كبار الكتاب بالصحيفة و تنشر بشكل ثابت من عدد لأخر بالصحيفة . وعلى ذلك فهو من العناوين التي تظهر على صفحات معينة دون صفحات أخرى.

5. عناوين البقايا:

توجد هذه العناوين عندما تقوم الصحيفة بترحيل أجزاء من أخبار صفحتها الأولي إلى صفحات داخلية نتيجة لزيادة طول الخبر عن المساحة المقدرة فإن بقية الخبر يكون في صفحة داخلية و لذلك فإن الصحف تعالج هذه الأمر إما بالإشارة إلي كلمة بقية المنشور في الصفحة كذا، أو أنها تجتزئ من العنوان المشار إليه و تصغره. و تمثل عناوين البقايا أهمية كبيرة في بناء و استمرار علاقة المقروئية .

5العناوين الفرعية :

و هي العناوين الفاصلة بين معظم فقرات الموضوع الواحد، وتشتد الحاجة إليها وبخاصة في الموضوعات الطويلة . ولعل أهم ما يجب مراعاته في تحديد العناوين الفرعية، هو أن لا تتساوي في حجمها مع العناوين العمودية المصاحبة للأخبار المنشورة على ذات الصفحة من الصحيفة وذلك تجنبا لأي نوع من التضارب، يضاف إلى ذلك ضرورة أن لا يزيد حجم العناوين الفرعية عن

الحجم المستخدم في جمع مقدمة ذات الموضوع وذلك تحقيقا للانسجام الكامل فيما بين سطور متن الموضوع الواحد، على أساس أن العناوين الفرعية جزء لا يتجزأ من سطور المتن التي تتخللها.

خصائص كتابة العنوان:

1. أن يشتمل على أهم حقيقة في الخبر أو الحقيقة الجوهرية فيه.
2. تركيز عبارات العنوان وتخليصه من الألفاظ الزائدة.
3. يفضل أن يكتب العنوان بالفعل المضارع.
4. أن يركز على أكثر الأحداث إثارة.
5. أن يشتمل على العنصر البارز من عناصر الخبر.
6. أن يكون معبرا عن المضمون ومرتبطا به وملائما له.
7. أن يكون مثيرا للانتباه.
8. أن يجيب على أحد الأسئلة الستة
9. أن لا يستخدم الأسئلة قدر الإمكان.
10. أن يبتعد عن التهويل أو التقليل.
11. أن يبتعد عن استخدام المعاني الاصطلاحية أو غير الدارجة.
12. أن يكون مختصرا وأن لا يستخدم المختصرات.
13. عدم استخدام الضمائر بل استخدام الاسم الصريح.
14. لا يظهر رأيا مسبقا تجاه الحديث.

أسطر العنوان:

يمكن إن يكتب العنوان في سطر واحد على النحو التالي:

«2،5 مليار ميزانية المدينة الشمالية في البحرين والنواب يصرون على الموازنة»

أو أن يكتب العنوان في سطرين كما في عنوان الخبر التالي:

الخدمة المدنية يدرس زيادة الرواتب 30 % للمتقاعدين

مجلس الشورى يطالب بعدم المساس بالميزانية المخصصة للتقاعد

وكذلك يكتب العنوان في ثلاثة أسطر:

اتفاق على استكمال حوار التوافق الوطني نهاية فبراير 2013

الجمعيات السياسية: نوافق على الحوار دون شروط

الحكومة: التوافق الجماعي اساس لنجاح الحوار وتطبيق مرئياته

وكذلك فان هناك بعض التسميات للعنوان والتي تسميها بالعنوان العلوي والعنوان السفلي إضافة للعنوان الأصلي أو العنوان الرئيس الذي يكون مكتوبا في العادة بخط أكبر من الاثنين العلوي والسفلي. وعلى جميع الأحوال فإن العنوان متعدد الأسطر يستحسن أن يكون كل سطر منه وحدة لغوية مستقلة أي تؤدي معنى كاملا.

أشكال العنوان:

تتخذ العناوين في الصحف أشكالا عدة عند إخراج الصحيفة، وقد ذكر الدكتور نبيل حداد في كتابه «في الكتابة الصحفية» ستة من هذه الأشكال:

1. الشكل المثلم ويتخذ الشكل التالي:

XXXXX
XXXX
XXXX

2

. شكل الهرم المقلوب

XXXXXX
XXXX
XX

3. الشكل الهرمي

XXX
XXXXX
XXXXXXX

4. الشكل المتدرج

XXXXXXX
XXXXXXX
XXXXXXX

5. الشكل المستطيل

XXXXXXX
XXXXXXX

6. الشكل الهرمي المزدوج المتقابل

XXXXXXX
XXX
XXXXXXX

مقدمة الخبر الصحفي

المقدمة هي مدخل القارئ الى الخبر وهي تحتل المقدمة (الاستهلال) أهمية كبيرة في بناء الخبر الصحفي وتشترك مع العنوان في جذب القارئ الى الخبر أو إبعاده عنه، ولذلك لا بد أن تتوفر لها كل الإمكانيات التي تحقق لها أن تقدم ما في الخبر وأن توفر لها الجاذبية لاستهواء القارئ لمتابعة الخبر حتى النهاية. ويمكن تعريف المقدمة أو (الاستهلال) حسب جورج هاو بأنها: « بداية الخبر وتتألف من جملة واحدة تكون مستقلة ضمن فقرة معينة، ويمكن للاستهلال أن يتألف من أكثر من جملة واحدة وقد يصل الى عدة فقرات في الأخبار الطويلة». أما وكالة أنباء الاسوسيشد برس (AP) فقد شبهت المقدمة بالمقبلات التي تزكي الشهية ولا تقدم وجبة.

يمكن تلخيص تعريف المقدمة بأنها التصريح بما حدث والتعريف بالأشخاص المعنيين وبالزمان والمكان وبشيء عن ظروف الحادث وأحيانا بشيء من الاسناد. أي أن يكون الاستهلال المقدمة قصيرة مختصرة تتناسب مع حجم ومضمون الخبر واضحة ودقيقة، وأن لا تكون مزدحمة بالمعلومات. ليس هناك تحديد لعدد الأسطر أو الكلمات في كتابة الاستهلال ولكن مقدمة الخبر لا تزيد عن ثلاثين كلمة بمعدل 3 أسطر في العادة. وأن تقدم بموضوعية دون إبداء الرأي إي يجب عدم الإيحاء للقارئ بشيء، وليس شرطا في المقدمة أن تجيب عن الأسئلة الستة لأن الإجابة قد تكون في المتن وأحيانا يبقى قسم منها في الخاتمة ولكن المقدمة يجب أن تجيب عن أهم سؤال لموضوع الخبر بحسب هذه الأسئلة، أهمية الموضوع فمثلا إذا كانت المقدمة تتعلق بالأشخاص فإنها تجيب عن سؤال من؟ سواء كان شخصا حقيقيا أم معنويا. وممكن أن تكون مقدمة تفسيرية فتجيب عن سؤال لماذا؟ أي الدافع وراء الخبر. أو أن تكون توضيحية للزمان فتجيب على سؤال متى؟ أو للمكان فتجيب على سؤال أين؟ أو للكيفية فتجيب على سؤال كيف؟ وأخير يمكن أن تكون توضيحية للحدث نفسه فتجيب على سؤال ماذا؟ وهو الأكثر شيوعا في الصحافة العربية.

إذا كانت أساليب كتابة مقدمة الخبر متباينة من صحيفة الى أخرى ومن وكالة أنباء الى أخرى فانه من الطبيعي أن تتعدد انواع هذه المقدمات في الصحف، وهو أمر إيجابي للقارئ الذي يرغب أن يشاهد أو يقرأ تنوعا في الخبر تبعا لتنوع الثقافات والاهتمامات والميول.

أنواع المقدمات:

يمكن أن نتحدث عن أنواع عدة من مقدمات الخبر الصحفي:

1. المقدمة التلخيصية: يعد هذا النوع من المقدمات من أبسط أنواع المقدمات وهي التي تلخص بوضوح وبساطة أهم المعلومات التي يحتويها الخبر، أي هي المقدمة التي تحشد جميع عناصر الاثارة في الجملة الأولى، وتستخدم غالبا في قوالب الهرم المعكوس أي أنه يمكن حذف بعض عبارات الخبر الذي تكون مقدمته تلخيصا له، ومن ميزات هذه المقدمة أو الاستهلال: تلبية حاجات القراء الذين يقرأون الأخبار من عناوينها فإما أن تجذبهم الفقرة الأولى إلى بقية الخبر أو أن تحولهم الى خبر آخر.

2. المقدمة الاقتباس: اقتباس فقرة من تصريح أو حديث كما وردت دون تحريف أو تحرير ويلجأ إليه كاتب الخبر لتأكيد مصداقية المعلومات التي يوردها في الخبر. إن اقتباس زبدة الخبر ووضعها في جملة موجزة غالبا ما يفي بالغرض ويعطي فكرة واضحة عن الخبر: «لا نفرق بين سني وشيعي بين ابنائنا...»، «لا ارتفاع على أسعار السلع « تصريح لرئيس الوزراء البحريني الامير خليفة بن سلمان آل خليفة ، ويفضل استخدام هذا الاستهلال اذا كان تأثير الحدث أهم من بقية النص، ويمكن أن نسمي هذا النوع من الاقتباس أيضا التصريح والاسناد.

3. المقدمة المجاز: أي استخدام الكلمات بمعاني مجازية مثال: «النواب يفتحون النار على الحكومة»، فمن المعلوم لدينا أن اعضاء مجلس النواب لم يقفوا ممسكين برشاشات لإطلاق النار على أي من وزراء الحكومة، كما أن أحدا من الوزراء لم يصب بأذى جسدي ولكنه مجاز عن أن النواب بدأوا بالهجوم على الحكومة. اقتحم موضوع غلاء الاسعار جلسة النواب...».

4. المقدمة المشوقة (الغرابة أو الطرفة): رغم أن كل مقدمة يجب أن تكون مشوقة وجذابة فان هذا النوع من المقدمات يعتمد عنصر التشويق أساسا في صياغته وفكرته. تنطوي تحت هذه المظلة الأخبار التي تحمل عنصر التشويق والجدة والغرابة أحيانا أي المقدمة التي تشير الى مفارقة غير عادية» أم تضع تسع توائم، التوائم التسعة إناث»، «لعبة طفل تتسبب في حرق أربعة بيوت في المنامة». «فأرة تفسد حفل زفاف».

5. المقدمة الوصف» مقدمة تصف الخبر أو الحدث أو ترسم صورة له: كانت الساعة تشير الى الثانية من بعد الظهر، كل شيء في الطائرة يتسم بالهدوء، الركاب منشغلون بالقراءة أو استماع الموسيقى عندما ظهر فجأة شاب ملثم ليعلن اختطاف الطائرة. اصطدام قطارين لنقل الوقود في ولاية البنجاب الهندية يتسبب في حريق طواقمهما وحريق هائل للغابات في منطقة الحادث، تدمير العديد من القرى الباكستانية في الزلزال الذي ضرب شمال باكستان، أو وصف حالة الذعر بين المدعوين إلى حفل زفاف في فندق وقع به عمل ارهابي .

6. المقدمة السؤال: مقدمة تبدأ بسؤال يشير الى موضوع الخبر «تحاول أن تصيغ سؤالا عن أهم المعلومات الجيدة في الخبر وهذه المقدمة تشارك القارئ في القضية التي يثيرها الخبر. هل تقف الحكومة عاجزة أمام ظاهرة الاعتداء على المال العام؟. إلى متى يتهرب التجار وأصحاب المطاعم من دفع رسوم العمالة المستحقة عليهم». «هل تبحث عن بيت ريفي لقضاء العطلة الصيفية». هل من حق الزوج أن يصفع زوجته.

7. المقدمة الحوار: مقدمة تحاول إيجاد نوع من الحوار بين أطراف الخبر أي الابتعاد عن الطرق التقليدية في نقل الخبر: النواب: زيادة الرواتب 20٪ .. الحكومة: الوضع المالي والاقتصادي لا يسمح باي زيادات.

8. المقدمة التناقض (المفارقة): « وفاة أكبر متسولة في الخليج رصيدها 95000 دينار في البنك العقاري»، فهل يعقل أن يكون لمن يمتهن التسول في حياته رصيد لا يحلم به كبار موظفي الدولة من رواتبهم، وقد حدثت هذه القصة بالفعل.

9. المقدمة المثل أو الحكمة: «ليس كل ما يلمع ذهبا»، «اتق شر من أحسنت إليه»، يبدأ الخبر بمقدمة عن مثل أو حكمة معروفة لدى القراء ثم ليورد الخبر الحقيقي والذي قد لا يكون له علاقة مباشرة مع نفس القصة.

10. المقدمة القنبلة (الساخنة): جملة واحد قصيرة ومختصرة ولكنها مفاجئة وتحمل خبرا هاما يوازي بضخامته انفجار القنبلة، أو الحديث عن شيء عظيم وهام، مثال: «اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري في بيروت «انتحار وزير الداخلية السوري اللواء غازي كنعان في مكتبه».

القوالب الصحفية

تحرير جسم الخبر (القوالب الصحفية)

لم يعد مقبولا في عالم الصحافة أن نجعل منها صحافة تسجيلية أو تقريرية فحسب لتسجيل الوقائع والأحداث أو أن نصفها وصفا عاديا بالطرق التقليدية عند كتابة الأخبار، ولم يعد لونا واحدا أو طريقة واحدة في الصحافة ملزما للقراء الذين تعددت خياراتهم وتباينت مصادر حصولهم على الأخبار. فالتطور الحاصل في أساليب كتابة الخبر ودخول التكنولوجيا إلى حياتنا اليومية حيث أصبحت جزءا لا يتجزأ من العالم الذي نعيشه، فرض وجود قوالب جديدة غير تلك التي كانت تعرف في فن كتابة الأخبار، وسنحاول أن نستعرض أهم القوالب التي يعرض بها الخبر الصحفي فيما يلي:

1. قالب الهرم المقلوب (المعكوس):

يعني هذا القالب أن الأخبار تشبه الهرم المقلوب وهو يتكون من جزأين قاعدة الهرم المقلوبة (القمة) وجسم الهرم. حيث يكتب في قاعدة الهرم أهم وأبرز معلومة في الخبر يؤكد هذا القالب على أهمية الجمل الأولى القليلة من الخبر أما المعلومات الأقل أهمية فتوضع في القاعدة السفلى من الهرم حيث تأتي التفاصيل في جسم الخبر الأهم فالمهم فالأقل أهمية. وفي هذا القالب تكون الفقرات قصيرة بحيث تسهل قراءتها واختصارها. وتكون الوقائع منظمة والمعلومات والبيانات مرتبة حسب أهميتها. إذ تكتب في كل فقرة من الفقرات موضوعا محددا وتكون الفقرات بمجموعها متسلسلة مترابطة ومتتابعة. وهذا النوع غالبا ما تستخدمه وكالات الأنباء التي تبث أخبارا مطولة فيستفيد منه كل حسب حاجته. وهو من أبسط أساليب تنظيم الأخبار القصيرة الذي يتكون من استهلال ثم متن الخبر أو تطوره وتفصيلاته حسب الأهمية من الأعلى وهو بدون خاتمة.

ميزات قالب الهرم المقلوب أنه:

1. يسهل على كاتب الخبر أن يرتب الأحداث داخله بسرعة.
2. يستطيع المحرر أن يختار المفردات الأساسية من الخبر لتكون جوهر العنوان وذلك بقراءة الفقرات الأولى.
3. يمكن الصحف والمجلات من التكيف مع المساحة المتاحة.
4. تمكن القارئ من تحديد أهمية الخبر بالنسبة له بسرعة.
5. هذا القالب يمكن القراء من الحصول على الأساسيات بسهولة ويمكن المحررين من الاختزال.
6. الفقرة الأولى قوية وهو الأمر الذي تتطلبه كتابة الخبر في كل القوالب والأشكال الصحفية الأخرى.
7. أنه أقدر الوسائل على نقل المعلومات فالناس عادة لا ينفقون الكثير من الوقت لقراءة الأخبار ويكتفون بقراءة الجمل الأولى يساعد القارئ المشغول على الاكتفاء بمقدمة الخبر حيث أهم ما فيه.

8. يساعد (من الناحية التحريرية) في اختصار أي جزء من التفاصيل غير المهمة التي تأتي في نهاية الخبر. حيث أن المساحة المخصصة للخبر تشكل دائما مشكلة بالنسبة للصحف.
9. سهولة اختيار عناوين الخبر في المقدمة وأن تكون المقدمة أو الاستهلال كاملا وافيا بالغرض طالما القارئ يستطيع أن يستغني عن بعض التفصيلات في المتن.

2. قالب الهرم المعتدل:

يشبه هذا اللون من الهرم العادي كما نراه ونعرفه إذ أن له قاعدة وجسم ومقدمة أو قمة للهرم. أي أنه ينقسم إلى ثلاثة أجزاء وليس جزأين حيث تعتبر مقدمة (قمة) الهرم مدخلا يمهد لموضوع الخبر وبه بعض المعلومات الأقل أهمية. والجزء الثاني هو جسم الخبر حيث التفاصيل الهامة ولكنها ليس بأهمية الأخبار التي تكون في الجزء الثالث من الهرم وهي الخاتمة التي تحتوي على أهم الحقائق أو ابرز وقائع الخبر وهو شبيه بكتابة القصص والروايات التي تترك القارئ حتى نهاية القصة لتقول له زبدة الكلام وأهم ما فيه.

3. قالب التتابع الزمني:

وهو من أقدم النماذج (القوالب) المستخدمة ويعني سرد الأخبار أو تقديمها بالشكل الذي وقعت فيه أي أن عناصر الخبر تظهر بنفس التسلسل الذي حدثت فيه كأسلوب تدوين الوقائع والاجتماعات. بحيث يبدأ الخبر الذي يأخذ شكل التتابع الزمني استهلال موجز عبارة عن فقرة أو فقرتين ثم ينتقل إلى صلب الخبر بسرد أو تدوين وترتيب القصة الخبرية حسب تسلسل وقوعها ثم إن كان من زيادة يكتب معلومات إضافية مكملة للحدث أو الخبر في الخاتمة. تستخدم الصحف هذا القالب في الموضوعات ذات الطابع الإنساني وهو قريب من الهرم المعتدل حيث يبدأ من القمة إلى القاعدة مرورا بصلب أو جسم الموضوع.

4. القالب التشويقي:

أي الاحتفاظ بالعناصر المهمة للخبر حتى النهاية وبذلك يكون نقيضا للهرم المعكوس أي تشويق القارئ وجذب اهتمامه لمواصلة القراءة حتى النهاية. وغالبا ما يستخدم في هذا القالب الأخبار الموجزة لأنه يكون عبارة عن فقرتين أو ثلاثة، وبذلك يمكن وضعه في أماكن مختلفة لسهولة التحكم فيه من حيث المساحة. ومن مزاياه أنه أكثر تشويقا ودرامية، وأنه أسهل على الفهم ولا يمكن اختصاره وتتكشف عناصره التشويقية بصورة طبيعية. من عناصر التشويق: (الجنس، الترقب، المال، الصراع، الجريمة...).

5. قالب السرد المباشر(الطولي):

أسلوب السرد المباشر للأخبار من البداية حتى النهاية وهو في عالم الصحف اليومية مقتبس من المجلات إذ أن قارئ المجلة لا يكون اهتمامه إخباري فهو لا يشتري مجلة لمعرفة الأخبار الساخنة أو الطازجة كما هو الحال في الصحف وخصوصا اليومية، وهو أسلوب يروي به الكاتب الموضوع من

بدايته إلى نهايته المنطقية أي أن على القارئ أن يقرأ الموضوع حتى نهايته لكي يعرف ما حدث وهذا اللون يكون مفيدا أكثر في الموضوعات الصغيرة أو القصيرة.

6. القالب أو النمط غير الطولي:

ويناسب هذا النمط الأخبار المنشورة على شبكة الانترنت ويقوم على وجود صلات متعددة تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر. يأخذ هذا القالب شكل الشجرة المتعددة الفروع والأغصان.

7. القالب التجميعي (المقاطع):

وفي هذا القالب تقدم القصص الإخبارية التجميعية أي تجميع عدة قصص إخبارية متشابهة وتقديمها في قالب واحد، بحيث يكون كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة. مثال عدد كبير من حوادث الطرق يمكن صياغتها في خبر واحد أو تقديمها في شكل واحد، مثال أخبار السياحة في البحرين، أخبار موسم التخييم في البر ، إي الأخبار ذات القيمة الإخبارية الواحدة أو المتساوية إلى حد كبير. وممكن لهذا النوع من الأخبار أن نسميه جولة إخبارية تضم عدة موضوعات ذات طبيعة متشابهة كحالة الطقس في العالم.

كما يمكن لهذا النوع أو القالب التجميعي أن يجمع أخبارا أخرى غير متشابهة ولكن بدون استهلال أو فقرة مقدمة كأن يجمع أخبار طرائف من العالم أو تحت اسم من هنا وهناك أو عالم غريب فيذكر به خبرا عن أعشاب الدجال وآخر عن حزام ديانا وثالث من أجل الأطفال ورابع شغب الطيور.

8. قالب الدورق (الساعة الرملية):

تشبه بدايته نموذج قالب الهرم المقلوب حيث تضم أهم المعلومات في أعلى الخبر، ثم يحتوي على سرد تتابعي لبقية الخبر. وفي هذا الشكل يوضح الاستهلال أهمية الموضوع وجوهره ثم تأتي بعد ذلك التفصيلات بأسلوب قصصي تقليدي من البداية حتى النهاية. ولكن هذا القالب يحتاج إلى نوع من الكتابة الإبداعية أو المقدرة اللغوية بحيث يستطيع أن ينسج الصحفي تفاصيل القصة الخبرية أي تكون له مقدرة لغوية عالية وخيال وملكة صحفية تجمع شتات القصة في نسيج واحد، مثل تصوير مشهد مقتل زعيم القاعدة اسامة بن لادن ، أي وصف المنزل والعملية ورجال القوات الخاصة والقاضي وحتى حالة الشعب الامريكي والعالم التي تتجه أنظارها جميعا إلى شاشات التلفزيون.

9. قالب بيضة الإوزة (الدائرة):

هذا القالب يعني أن نبدأ بمقدمة معينة للخبر ثم نعود إليها في النهاية أي ربط المقدمة بالنهاية، ويجب أن تكون النهاية محكمة ذات تأثير درامي. وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الوقائع حسب تدني درجة الأهمية حيث يمكن لكاتب القصة الخبرية أن يبدأ من أي نقطة يريد ليس بالضرورة من الأهم إلى الأقل أهمية أو العكس فهو يبدأ حيث يريد ويدور الخبر بالطريقة الفنية التي يراها لتقديم الخبر بشكله النهائي ولكن عليه أن يبدأ ببداية جذابة ونهاية مشوقة.

مثال « توجهت الأم بطفلتها المريضة إلى المستشفى لإنقاذها فانشطرت السيارة إلى نصفين وماتت الطفلة».

10. القالب الماسي:

يبدأ هذا القالب بفقرة «قصة أو رواية أو مثال عن شخصية» ثم ينتقل إلى الفقرة الرئيسية أو الجوهرية التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع وهو بمعنى آخر قريب جدا من قالب الهرم المعكوس التقليدي حيث تناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وحسب أهميتها «يضرب أمه ويطردها من الشقة ليتزوج فيها». انتشر هذا القالب في أوروبا في الصحف الأسبوعية بشكل أكبر لأن كتابها لديهم فسحة من الوقت للكتابة وقدرة على استخدام الطرائف والنوادر في نسيج الأخبار أكثر من كتاب الصحف اليومية. الكاتب هنا مخير في اختيار انطلاقته (فقرته) الأولى بالطريقة التي يشاء ولكنه مطالب بذكر التفاصيل المهمة بشكل متناغم مع انسيابية الأسلوب.

11. قالب الأحداث المتوقعة:

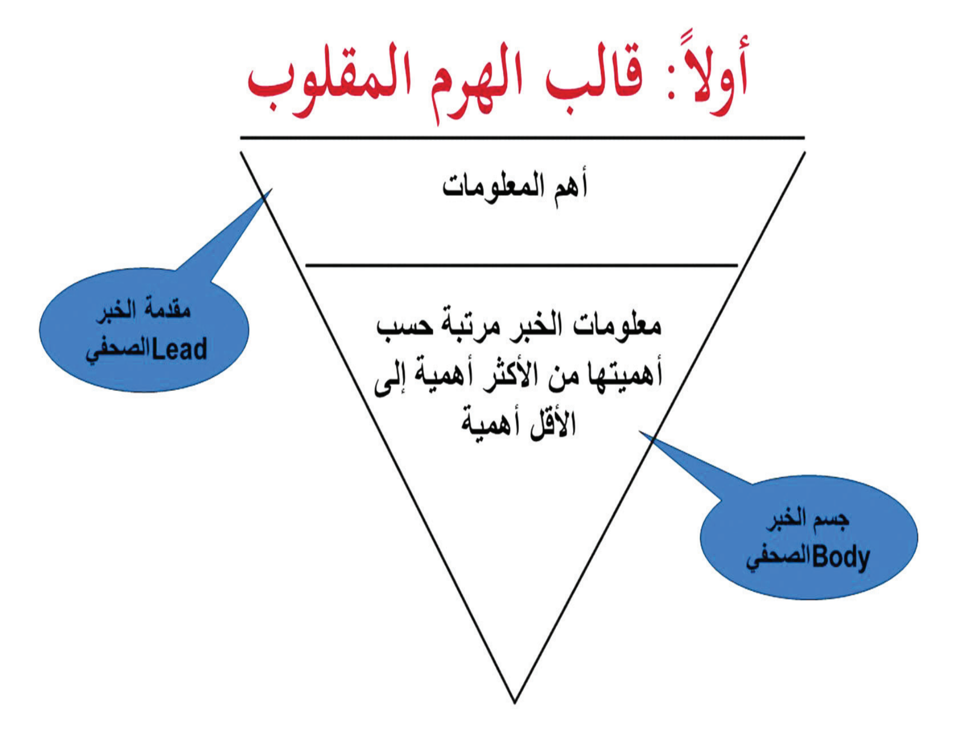
هذا القالب متطور عن الهرم المعكوس أيضا حيث هناك استهلال تلخيصي ثم التفصيلات التي ترتب بشكل منظم ولكن هذا النوع من الأخبار يركز على عنصري المكان والزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثا سابقة فهذا القالب يستخدم في الأحداث المتوقعة والمعروفة من قبل: «برامج، احتفالات، مناسبات، مراسم، مهرجانات، مباريات». وهي مجموعة في كلمة(STOP) والتي تختصر كلمات (Speaker، Topic، Organization، Place Day، Hour).

«عاهل البحرين يصل إلى الرياض اليوم» يصل حضرة صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة ملك مملكة البحرين اليوم إلى العاصمة السعودية الرياض في زيارة رسمية يلتقي خلالها خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود عند الساعة العاشرة من صباح الغد في قصر الدرعية للتوقيع على اتفاقيات التعاون الاقتصادية الجديدة بين البلدين».

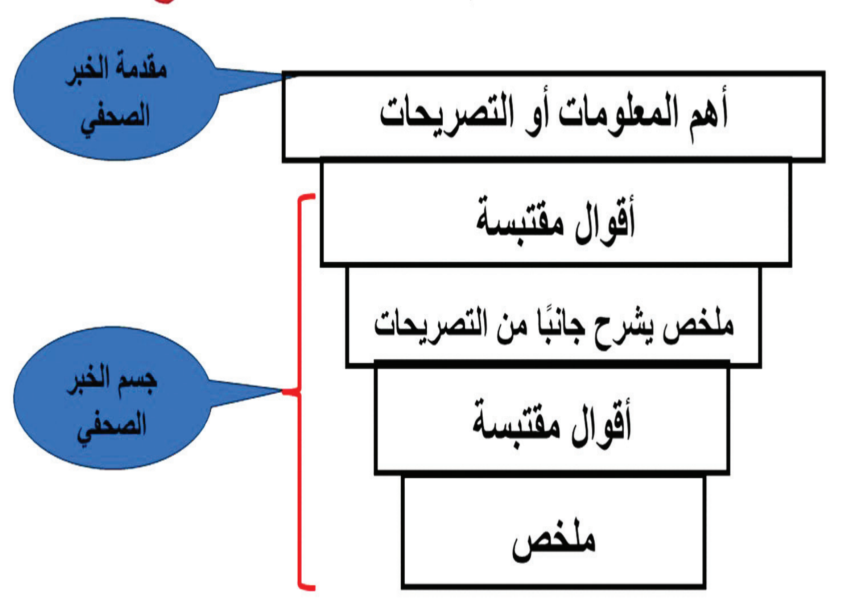
12. قالب وول ستريت جورنال:

يبدأ هذا النمط باستهلال خفيف قد يكون وصفيا أو سرديا حول شخص أو مشهد أو حادثة وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام بدءا بشخص أو مكان بعد الاستهلال يتبع فقرة مركزية توضح مغزى الخبر أو حدث يوضح النقطة الرئيسية في الخبر وتكون الخاتمة دائرية يستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر في الاستهلال. وقد اشتهر القالب بهذا الاسم وهو اسم صحيفة (Wall Street Journal) لأنها تستخدمه في صفحتها الرئيسية.

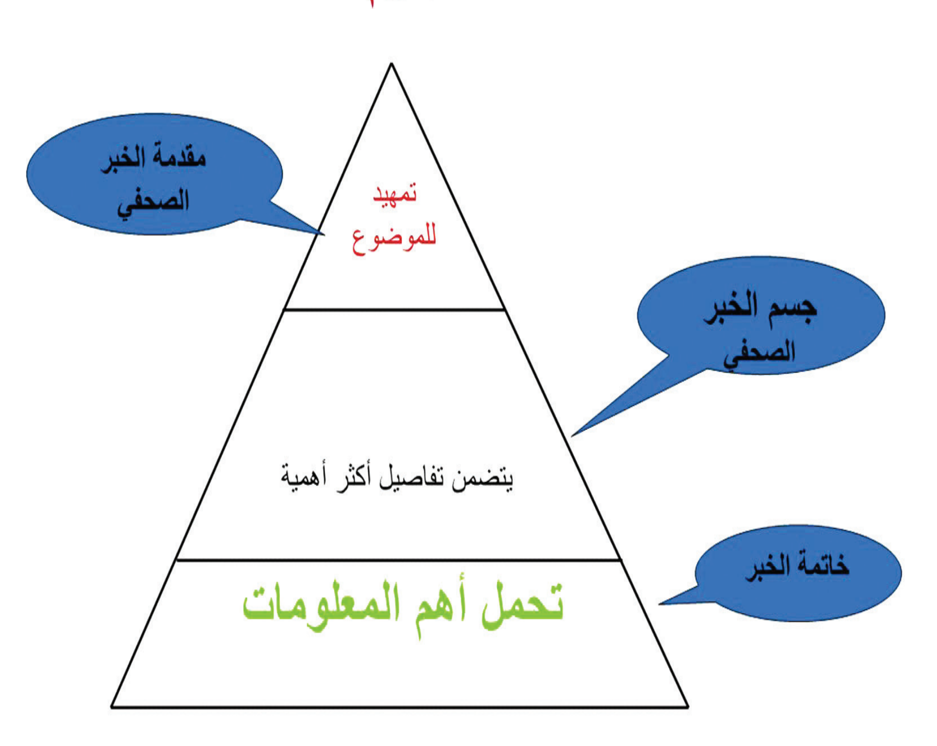
قوالب كتابة الاخبار الصحفية



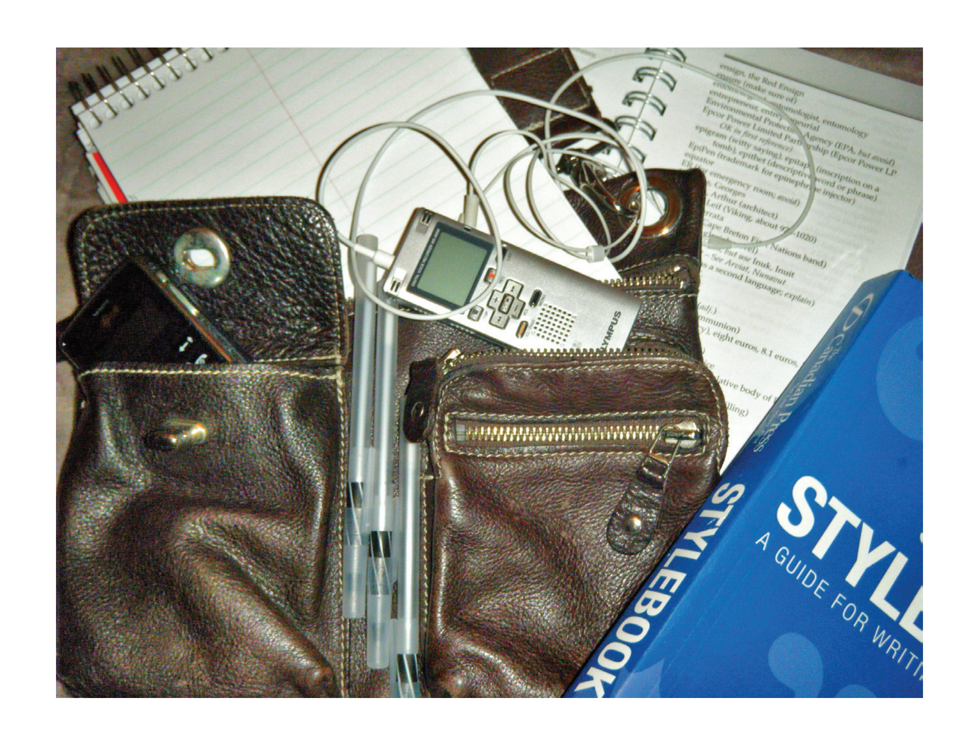
ثانيًا: قالب الهرم المقلوب المتدرج



ثالثا: قالب الهرم المعتدل



فنون الكتابة الصحفية



فن الحديث الصحفي

أولاً: تعريف الحديث الصحفي وأنواعه:

لابد وأن نعرف أن الحديث الصحفي من أهم فنون التحرير، وهو وسيلة هامة للحصول على المعلومات ، ولا بد للصحفي أن يعرف كيف يجرى الحديث، وكيف يعده وكيف يكتبه، لأن مهارة الحوار مع الآخرين مهارة ضرورية جداً للصحفي، ولا نبالغ إذا ما قلنا إن الصحافة ما هي إلا فن التحاور مع الآخرين، وهذا التحاور هو الذي يمكن من خلاله الحصول على الخبر أو المعلومة، فالمندوب الصحفي عندما يذهب إلى مصدر للحصول على الخبر أو المعلومة، يلجأ إلى الحوار مع المصدر حتى يحصل فيه على معلومة هذا الخبر.

كما أن المحرر عندما يريد أن يكتب تقريراً أو تحقيقاً، لا يمكنه أن يفعل ذلك إلا من خلال إجراء لقاءات أو مقابلات، أو بمعنى أصح كما ترون : من هنا تأتي أهمية الحديث الصحفي وضرورة أن يعرف عنه الصحفي كل شيء، فهو واحد من أهم الفنون التحريرية، لذا سنبدأ تناول هذا الموضوع بتعريف الحديث الصحفي وذكر أنواعه.

تعريف الحديث الصحفي:

الحديث الصحفي بكل بساطة هو فن التحاور أو الالتقاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة حول واقعة معينة، أو بهدف معرفة وجهات النظر أو الآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة.

وقد يكون مع شخص واحد أو مع مجموعة أشخاص، وقد يجريه محرر بمفرده أو أكثر من محرر.

وأثناء الحديث الصحفي يجب أن تراقب كل شيء يقال، وفي نفس الوقت تحاول أن تخلق جواً ودياً يدعو إلى الاسترخاء وعدم الشعور بالخطر من جانب المصدر.

كما وأنك أثناء إجراءك الحديث الصحفي يجب أن تصغي للمتحدث وتراقب وتتحرى وتستجيب وتسجل كل ما يجري في وقت واحد.

أنواع الحديث الصحفي:

عن هدف الحديث ووظيفته يمكن أن يحدد نوعه:

1. الحديث الخبري:

حديثك يكون خبرياً إذا كان يستهدف بالدرجة الأولى الحصول على أخبار أو معلومات أو بيانات جديدة عن أحداث أو سياسات أو قوانين جديدة.

مثال على ذلك: أن تجري حديثاً مع وزير التربية والتعليم مثلاً في بلدك حول امتحانات الثانوية العامة لهذا العام للحصول على معلومات، حول تاريخ بدءها ومدتها وقوانينها وفيما إذا استجدت قوانين جديدة لهذا العام.

2. حديث الرأي:

ويسمى هكذا حين تستهدف بالدرجة الأولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا تهم القراء، أي أن تستهدف تجميع آراء حول وقائع وأحداث وقضايا.

3. أحاديث التسلية أو الإقناع أو الحديث الشخصي:

بهذا النوع من الأحاديث فإنك تستهدف البحث في حياة الشخص الذي تجري معه اللقاء، أي أنك تركز على شخصيته من حيث نشأته وحياته وأعماله واهتماماته وأحلامه وطموحاته.

ثانياً : الإعداد للحديث الصحفي

إن الأعداد الجيد للحديث يتوقف عليه إلى حد كبير خروج الحديث بشكل جيد، وتحقيق الهدف المرجو منه، فالإعداد المتقن والمسبق للحديث، كالإعداد لبناء عمارة، فحتى يأتي البناء قوياً، لابد من الإعداد الجيد لهذا البناء، من حيث انتقاء قطعة الأرض التي سوف يقام عليها، ثم التخطيط الهندسي السليم، وبعد ذلك تتوالى مراحل البناء.

والفكرة الصحفية أو العمل الصحفي مثل البناء لابد من الإعداد له جيداً حتى يحقق الهدف منه، والصحفي الناجح هو الذي يفكر بعقلية رجال العمال أو المستثمر الذي يستثمر أدواته أفضل استثمار.

والحديث الصحفي مثله كمثل أي مشروع استثماري، لا بد من أن تعد له إعداد جيداً حتى يحقق أكبر عائد .

ومن هنا تأتي أهمية هذه الخطوة في إجراء الحديث لذا سنبدأ في تعداد وتوضيح مراحل إعداده وهي:

1. اختيار شخصية الحديث:

فبعد أن تكون قد اخترت الموضوع الذي تريد أن تحصل على معلومات جديدة حوله، أو أن تجمع وجهات نظر أو رأي حوله لابد أن تحدد الشخصية صاحبة العلاقة المباشرة بهذا الموضوع، والتي يمكن أن تمدك بالمعلومات الجديدة أو تفسر لك الغامض من النقاط حول هذا الموضوع أو تبدي رأيها في الأسئلة المثارة حوله.

فمثلاً إذا أردت أن تجرى حديثاً حول نظام الثانوية العامة الجديد، فإن أنسب شخصية يمكن أن تتحدث عنه هو وزير التربية والتعليم.

2. جمع المعلومات الكافية عن الموضوع وعن المصدر:

بعد أن تحدد الشخصية التي ستجري معها الحديث، لا بد لك أن تجمع قدراً من المعلومات عن هذه الشخصية، سواء من خلال ملف المعلومات الخاص بهذه الشخصية الموجودة بالأرشيف الصحفي بالجريدة، أو من خلال الكتب التي قد يكون المصدر قد ألفها ، أو الدراسات والأبحاث التي قد يكون أعدها ، وأيضاً يمكنك الحصول على المعلومات عنه عن طريق الاتصال بالمحيطين به أو بالسؤال عنه.

كما أنه يجب عليك القيام بنفس الشيء فيما يتعلق بالموضوع، فلا بد لك أن تعرف كل ما يتعلق بموضوع الحديث، فكلما توافرت لك المعلومات، أصبحت قادراً على إجراء الحديث بشكل جيد ، ونال احترام وتقدير وثقة المصدر، حيث يجدك متمكناً من موضوعه، فيعرف أنه أمام إنسان مثقف يعرف عمله جيداً فيتعامل معك على هذا المستوى.

وجمع المعلومات حول الموضوع يجعلك عارفاً بكل زواياه وأبعاده، ويساعدك كثيراً في إعداد الأسئلة وتنفيذ الخطوات التالية في الحديث، وجمع المعلومات يشمل أيضاً المشاهدات أو الملاحظات التي تسجلها حول الواقعة أو القضية التي سوف يجري الحوار حولها.

3. إعداد الأسئلة

وهذه الخطوة أيضاً هامة وضرورية حتى تذهب إلى المصدر وكلك ثقة واطمئنان ومن هنا تأتي فائدة الإعداد المسبق لأسئلة الحوار الصحفي، حتى لا تترك الأسئلة لظروف اللقاء، مما قد يسبب لك بعض الحيرة، وضياع نقاط الموضوع الأساسية منه.

ولكن هناك بعض الصحفيين الذين اصبحوا على قدر كبير من المهارة في إجراء الحوارات، وتمرس العمل الصحفي، وأصبحت لديهم خلفية كبيرة من المعلومات حول كل ما يجري على الساحة مثل هؤلاء قد لا يحتاجون إلى الإعداد المسبق للأسئلة.

إلا أن ذلك شيء ضروري وهام للصحفي المبتدأ حتى يحقق الهدف من الحديث، وهناك عدة شروط ومواصفات لا بد من توافرها في الأسئلة وهي :

- أن تتركز الأسئلة حول الموضوع الرئيسي للحديث.
- أن تكون الأسئلة إيجابية حتى تقدم الإجابات عنها أخباراً ومعلومات أو وجهات نظر جديدة
- أن تكمل الأسئلة بعضها بعضاً وأن تكون متسلسلة تسلسلاً منطقياً.
- أن تكون لغة الأسئلة دقيقة وسهلة بحيث تساعد المتحدث على تقديم إجابات واضحة محددة لا تحتمل اللبس أو الغموض.
- أن تتضمن الأسئلة الصحفية الستة الأساسية(ماذا؟ لماذا؟ متى؟ كيف؟ أين؟ من؟).

وهذه الشروط نسبية وليست مطلقة ، أي أن شخصية المصدر وظروف الحوار قد تقتضي إعادة ترتيب الأسئلة، أو اللجوء إلى الأسئلة غير المباشرة، فقد يكون لدى المصدر الكثير من المعلومات التي لم يكن المحرر يعرف عنها شيئاً، وهنا يجب أن يعدل أسئلته ويطورها على تلك المعلومات. وقد يحدث أيضاً أن يكون المتحدث من النوعيات التي لا تبدي تعاوناً أو «البخيلة صحفياً» والتي تهوى «اللف والدوران» ولذلك يجد الصحفي نفسه مضطراً لإلقاء الأسئلة من هذا النوع والتي تلف وتدور هي الأخرى حتى يتخلص من عدم رغبة المصدر في التعاون ويحقق هدفه في الحصول على ما يريده من معلومات.

ثالثا: إجراء الحديث الصحفي :

1. تحديد موعد اللقاء:

بعد أن تكون قد أعددت العدة للحديث ، وانتهيت من جمع المعلومات ووضع الأسئلة عندها تبادر بالاتصال بالمصدر لتحديد الموعد وتحديد الموعد أو الاتصال قد يكون بالتليفون أو باللقاء المباشر، أو عن طريق بعض الأصدقاء أو الزملاء.

ومما يساعدك كصحفي في ذلك أن تكون لديك أجنده تليفونات، فالصحفي يمكن أن يقاس بعدد أرقام التليفونات الموجودة في أجندته للمسئولين والشخصيات العامة، فكلما كان معك تليفونات هذه المصادر، أنجزت العمل المطلوب منك بسرعة، عكس الصحفي الذي لا يتوافر له هذا القدر من التليفونات.

وعند تحديد الموعد سواء بالتليفون، أو باللقاء المباشر لابد أن تقدم نفسك بطريقة محترمة وبثقة، حيث تعرف المصدر باسمك وبالجريدة التي تنتمي إليها إذا كان ذلك التعارف يحدث للمرة الأولى. وتخبره بالموضوع الذي تريده أن يتحدث فيه .

وهنا تلعب اللباقة وسرعة البديهة وحسن التصرف دوراً كبيراً في كسب ثقة المصدر والوصول إلى قلبه بسهولة. والصحفي الجيد هو الذي يحدد الموعد مباشرة مع المصدر الذي يريد إجراء الحوار معه، ولا يلجأ إلى إدارات العلاقات العامة إلا إذا اضطرته الظروف لذلك.

وكلما وطد الصحفي علاقته بمعاوني المسؤول خاصة مدير مكتبه أو سكرتيره الخاص، أصبح من

السهل الوصول إلى المسؤول فمدير المكتب أو السكرتير يعرف مواعيد الوزير أو المدير أو المسؤول الذي يعمل معه، ويمكن أن يساعد في تحديد الموعد.

ويقسم أساتذة الصحافة الشخصيات المتحدثة إلى ثلاث فئات:

أ - فئة متعاونة:

وهي الفئة التي تحترم الصحافة وتعرف دورها جيداً في تنوير الرأي العام وتعريفه بما يحدث، وهي أيضاً تريد إلقاء الضوء على أفعالها أو على الدور الذي يقوم به هو أو تقوم به وزارته، وهذه الفئة أيضاً عدة أنواع، فمنها من يتحدث كما يقولون «على الفاضي والمليان» أي أنه سيّال في الحديث، وهذه النوعية تتطلب أن يكون الصحفي قادراً على توجيه دفة الحديث والسيطرة عليها.

ب - فئة مترددة :

وهذه الفئة تريد الحديث إلى الصحافة ولكنها تخشى من تبعات المسؤولية، أمام ما يقوله للصحافة، وذلك يتطلب من الصحفي أن يقضي على هذا التردد عند المصدر عن طريق كسب ثقته وأنه لن ينشر إلا ما يريد المصدر نشره.

ج - فئة متهربة:

وهي فئة تكره الحديث للصحافة، ولا تثق بالصحافة أو الصحفيين، ومثل هؤلاء يحتاجون إلى معاملة خاصة، بحيث يوحي لهم الصحفي بأنهم هم الذين يعرفون كل شيء عن الموضوع وأن لا أحد غيرهم يمكن أن يتحدث فيه. وأحياناً لا تجدي معهم إلا الأسئلة الاستفزازية أو طريقة الحصار والإلحاح.
ولكن يجب أن يكون الصحفي محترماً، يعامل المصادر بجدية ولكن ليس بتعال، وأيضاً بدون تدن، فكرامة الصحفي هي كل ما يملكه، وإذا ما تخلى عن كرامته لم يبق له شيء، وسوف يفقد احترام المصدر.

2. إدارة الحوار:

بعد أن تكون قد حددت موعد إجراء الحديث، لا بد أن تحرص على أن يكون في المكان الذي اتفقت على إجراء الحوار فيه في الموعد المحدد تماماً، وربما قبل الموعد، ولكن ليس بعده إن تأخرك عن موعدك سيعطي للمصدر انطباعاً سيئاً عنك، فمن الأفضل أن تنتظر أنت المصدر، لا أن ينتظرك هو.
كذلك يجب أن تحرص على أن تكون في كامل أناقتك، ولا يهم أن يكون ما ترتديه أخر صيحة في عالم الأزياء، بقدر ما يكون ذوقك في اختيار ملابسك جيداً، بحيث تتناسق قطع ملابسك مع بعضها البعض، لأن مظهر الصحفي ضرورة وهو مكمل لجوهره .
وعندما يحين الموعد ويبدأ اللقاء لا بد أن تكون مستعداً، معك الورق والأقلام أو جهاز التسجيل بكامل معداته سواء البطاريات أو الشرائط، فالصحفي مثل الجندي الذي يجب أن يذهب إلى المعركة مسلحاً بكامل أسلحته، وإلا ما استطاع أن يفعل شيئاً.

ولا يجب أن تبدأ الحوار مباشرة بعد جلوسك، وإنما يجب عليك ان تمهد للحوار بحديث عام مع المصدر إذا كان وقته يسمح بذلك. ثم يجب أن تختار البداية الملائمة للحديث، وهذه البداية تختلف من موضوع إلى آخر ومن شخصية إلى أخرى.

وإذا كان الحوار حلقة من سلسلة حوارات، أو يتعلق بموضوع سبق النشر حوله، فمن الأفضل أن يكون حوارك التمهيدي قبل إجراء الحديث مع المصدر حول ما نشر عن الموضوع، لأن ذلك خير تمهيد لحوارك، وفي نفس الوقت يطلع المصدر على الجوانب السابقة للموضوع، مما يجعله يركز في الجوانب الجديدة.

ولتكن بداية حديثك قوية ومركزة، لأن هذه البداية يتوقف عليها كل شيء بعد ذلك، فإذا ما رأى المصدر أنك متمكن من موضوعك وتسأل في صميمه، سار معك على نفس الطريق.

وكن مستمعاً جيداً، اسأل واترك الفرصة للمصدر حتى يجيب، ولا تكن كبعض مذيعات ومذيعي التلفزيون الذين يفسدون برامجهم بكثرة مقاطعة الضيوف، وهذه المقاطعة تربك المصدر وتحرمك من معلومات مهمة، ولكن ذلك لا يعنى أن تكون مجرد مستمع غير مشارك، فالحوار حوارك، ولا بد أن تكون الدفة في يديك فوجهها في الاتجاه الصحيح ، وإذا ما رأيت المتحدث يشط بعيداً فأعده برفق وباحترام إلى موضوع السؤال، ولا بد لك أن تعرف كيف تنتقل من سؤال إلى أخر بعد أن تكون قد اقتنعت بإجابة المصدر.

وإذا ما وجدت أن المدة التي حددها لك المتحدث للحديث قد قاربت على الانتهاء وما زال هناك العديد من الأسئلة التي لا تحتاج إلى إجابات عليك أن تعطي الأولوية للأسئلة التي ترى أنها في صلب الموضوع وتمثل نقاطاً مهمة للقارئ.

أما إذا كانت الأسئلة كلها على قدر واحد من الأهمية، فلا بأس من أن يستأذن المصدر في مزيد من الوقت، فإذا وافق كان بها، وإذا لم يوافق فلتطلب منه تحديد موعد آخر لاستكمال الحديث.

3. تسجيل الحوار:

والتسجيل هنا لا نقصد به التسجيل على شريط كاسيت فقط، وإنما نقصد به أيضاً تدوين الحوار على الورق بواسطة القلم، أي أن هناك طريقتين لنقل الحوار:

الطريقة الأولى:

الكتابة على دفتر الملاحظات

وهذه هي الطريقة الشائعة، حيث تقوم بتدوين ما يقوله المتحدث في الأوراق وعلى الرغم من أن هذه الطريقة مرهقة وتحتاج إلى تركيز ، فإن بعض الصحفيين يفضل اللجوء إليها، ويجيدها من يعد الإعداد الجيد لموضوعه.

وحتى تكون هذه الطريقة مريحة وتحقق الهدف ، هناك عدة قواعد يجب أتباعها:

أ- التركيز والانصات الجيد لكلمات الحوار، حتى لا يفوتك شيء منها.

ب- أن يتمتع المحرر بذاكرة جيدة، تلتقط كل ما يدور وما يحدث من ملابسات حتى ولو لم يكتبها.

ج- القدرة على صياغة معاني المتحدث وما يقصده في أقل عدد من الكلمات، وهنا تفيد مهارة تعلم

«الاختزال» وهو لغة كتابة مختصرة بواسطة رموز معينة وهي طريقة لها قواعدها، ومن الأفضل أن يتعلمها الصحفي.

د – أن يكون هناك تفاعل بين الصحفي والمصدر، حتى لا يتحول الصحفي إلى تلميذ يكتب ما يملى عليه، وحتى لا يشعر المتحدث بالملل لانصراف المحرر عنه.

هـ–قبل أن تغادر المكان وإذا كنت تشك في عدم دقة بعض الملاحظات أو الفقرات فمن الأفضل أن تسأل عنها.

الطريقة الثانية:

وهي تسجيل الحوار بواسطة أجهزة الكاسيت او الديجتال اوالهواتف:

انتشرت هذه الطريقة على نطاق واسع، فقد أصبحت أجهزة التسجيل والهواتف الذكية في متناول الجميع، واصبحت هي الطريقة المألوفة في إجراء الأحاديث خاصة الأحاديث الجماعية، والمؤتمرات الصحفية، وفي جلسات المحاكم، وهناك عدد كبير من الصحفيين يعتمدون عليها اعتماداً كلياً حتى في الحصول على الأخبار أو التصريحات.

ومع ذلك فهناك بعض المصادر التي ترفض استخدام أجهزة التسجيل أثناء الحوار. ويجب على المحرر أن يحقق رغبتها في ذلك واستخدام جهاز التسجيل في إجراء الحوار يتطلب عدة شروط أو قواعد منها:

أ- أن تكشف على جهاز التسجيل قبل بدء الحوار، وأن تتأكد من انه يعمل بشكل جيد، وأن تعرف كل إمكانيات الجهاز وكيف تستخدمها.

ب- أن تأخذ معك ما يلزمك من بطاريات وشرائط، وأن يكون معك احتياطياً كافياً منها، بدلاً من ان تفاجأ بنفاذها، فربما يطول وقت الحوار.

ت- قبل أن تستخدم جهاز التسجيل لا بد من أخذ موافقة المصدر.

ث- حتى تحافظ على بطاريات التسجيل وعلى الشرائط، إذا ما توقف المتحدث عن الحديث، بسبب هاتف أو زائر، أغلق الجهاز، ثم أعد تشغيله عند تهيئته للحديث.

ج- لابد أن تختبر دوران الشريط من فترة لأخرى او بطارية الهاتف او جهاز التسجيل، حتى لا تفاجأ في النهاية بأنه لا يعمل .

وقد تطورت وسائل الأحاديث أو الحوار بسرعة مذهلة، فالصحفيون يستخدمون الأن أجهزة الكمبيوتر والاجهزة الرقمية التي تمكن الصحفي من الكتابة وإرسال ما يكتبه مباشر إلى اجهزة الكمبيوتر المركزية بالجريدة، حيث تتوالى المراحل الأخرى في سهولة .

رابعاً : كتابة الحديث الصحفي

قبل أن تبدا في كتابة الحديث لابد أن تراعي هذه الأمور:

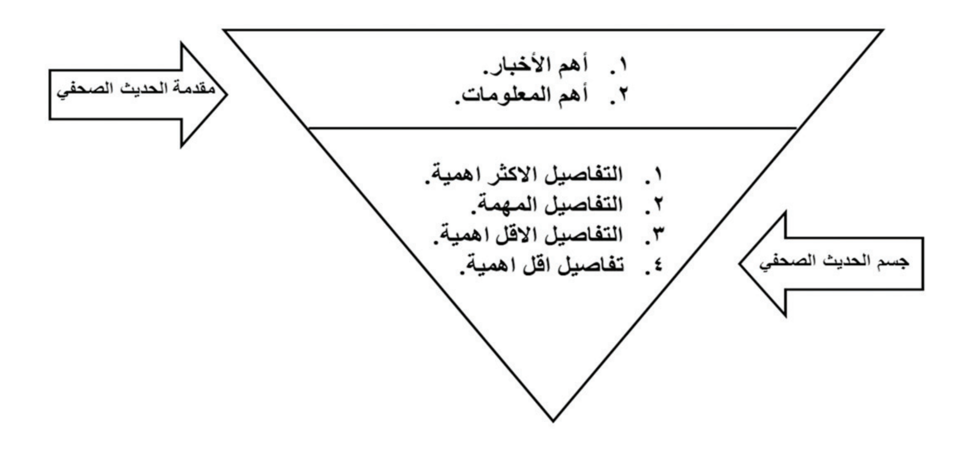
1. أن تراجع بعناية نص الحوار الذي أجريته، حتى تستوعب جميع المعلومات الواردة فيه،

وحتى تتأكد من أنك قمت بتغطية كل جوانب الموضوع، وإذا ما وجدت نقصاً في أي جانب فعليك استكماله ولو استدعي الأمر اتصالك مره أخرى بالمصدر.

2. أن تقوم بتقسيم البيانات وتصنيفها بيانات أولية عامة، ثم بيانات أو معلومات تفيد في خلفية الموضوع.

3. ان تستكمل العوامل والعناصر المساعدة التي تظهر الموضوع في افضل صورة، مثل الصور والرسوم والإحصائيات والجداول والوثائق.

قالب الهرم المقلوب في كتابة الحديث الصحفي

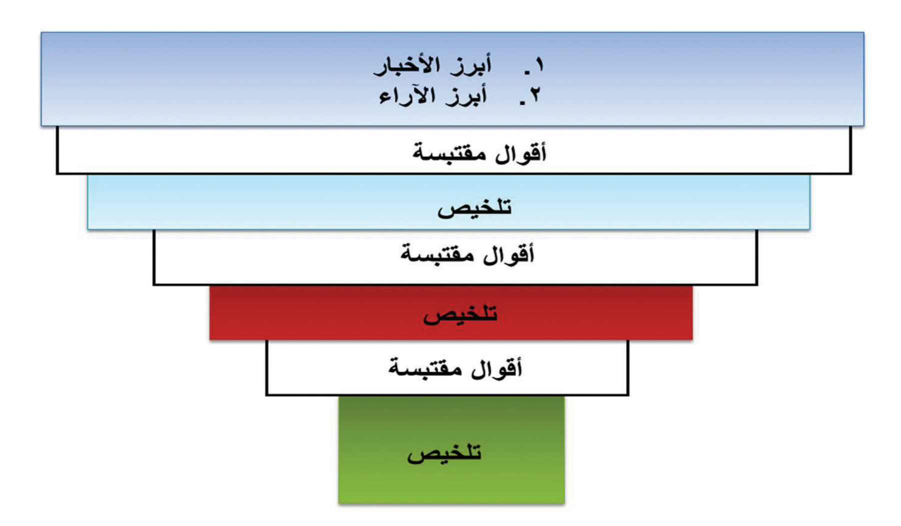


القوالب الفنية للحديث

عندما يبدأ الصحفي في تحرير الحوار الذي أجراه فهو لا يفكر في شكل القالب الفني له، لأن هذه القوالب نظرية، يدرسها الصحفي وتكمن في عقله، وكل حديث يفرض طريقة معينة لكتابته، وعموماً فإن هناك أربعة قوالب فنية نظرية للحديث.

أ- قالب الهرم المقلوب

وهو نفس الشكل الذي تكتب به الأخبار، حيث يتكون هذا القالب من مقدمة وجسم فقط، في المقدمة تأتي أهم الأخبار والمعلومات والآراء، ثم يحتوي الجسم على جميع التفصيلات، ويتلاءم هذا القالب مع الأحاديث الإخبارية وأحاديث الرأي وتتنوع طرق كتابة الحديث في إطار هذا القالب، فالبعض يجعل جسم الحديث عبارة عن «س و ج» أي يذكر السؤال وتعقبه الإجابة ، والبعض الآخر، يذكر السؤال ثم يعقبه بملخصات لأقوال المتحدث ، ويزاوج بينها وبين عبارات منقولة من نص الحديث. وأحياناً يقوم المحرر بعمل فواصل أو استراحات بين الأسئلة والإجابات من خلال تصوير الجو العام للحديث، أو إعطاء خلفيات عن الموضوع أو عن الشخصية التي يجري معها الحوار، وفي حالات كثيرة تأتي هذه المعلومات على هيئة براويز مع الحديث.



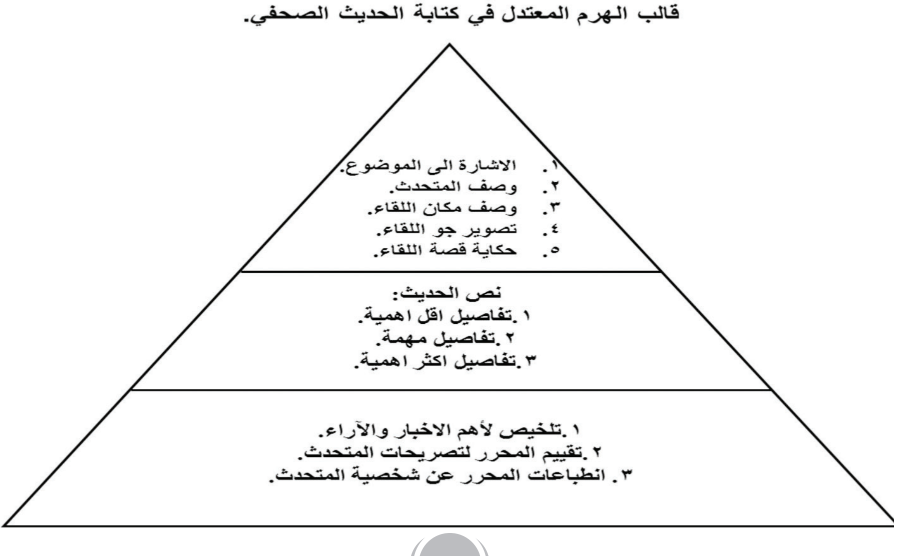
قالب الهرم المقلوب في كتابة الحديث الصحفي

ب - قالب الهرم المقلوب المتدرج

هذا القالب مثل السابق فهو يتكون من جزئين ، مقدمة الحديث ، ثم جسم الحديث ، حيث تحتوي المقدمة على أهم الأخبار أو الآراء التي يتضمنها الحديث. أما الجسم فيكتب على شكل فقرات متعددة تلخص كل فقرة منها جانباً من جوانب الحديث، وبين كل فقرة وأخرى اقتباس من كلام المتحدث يدلل على الفقرة السابقة ويشرح معناها.

ج- قالب الهرم المعتدل

قالب الهرم المعتدل في كتابة الحديث الصحفي.



يتكون الحوار في هذا القالب من ثلاثة أجزاء:

1. مقدمة الحديث

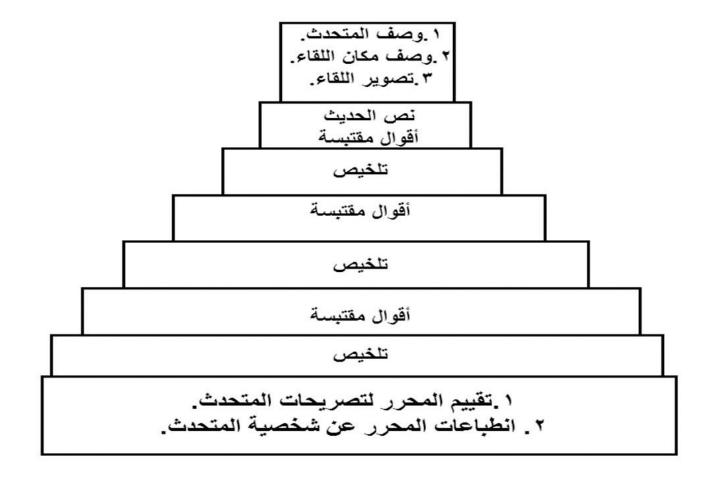
وهي تعد وتهيئ القارئ للحوار فتقدم للموضوع أو تصف الشخصية في قمة الهرم أو تصف المكان أو الجو الذي أجرى فيه الحديث.

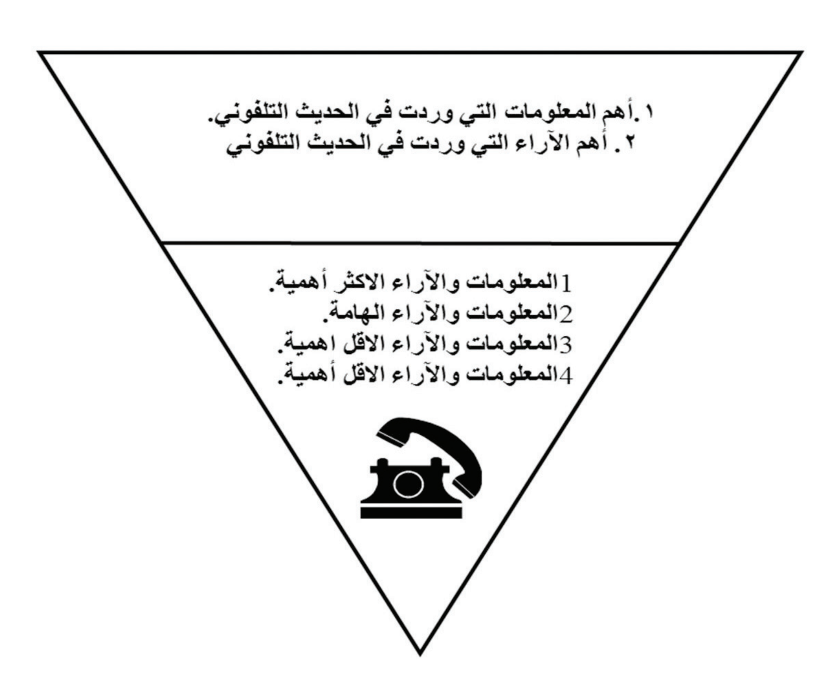
2. جسم الحديث

ويتضمن تفاصيل الحوار ونصه مرتباً حسب الأهمية من حيث ضرورة أن يبدأ من المهم إلى الأقل أهمية وهكذا خاتمة الحديث وتكون في قاعدة الهرم المعتدل، وتحتوي على تلخيص لأهم الأخبار أو الآراء التي أدلى بها المتحدث، وأيضاً قد تحتوي على رأي المحرر أو تقويمه لأقوال وتصريحات المتحدث.

د- قالب الهرم المعتدل المتدرج

يتكون الحديث في هذا القالب من ثلاثة أجزاء (مقدمة ، وجسم ، وخاتمة) ، وتشمل مقدمة الحديث أهم المعلومات والآراء ، ثم يأتي الجسم ليحتوي على نص الحديث مكتوباً بالطريقة المناسبة، ثم الخاتمة وفيها انطباع المحرر عن الموضوع او عن الشخصية المتحدثة، والفرق بين هذا القالب وقالب الهرم المعتدل غير المتدرج هو أن جسم الحديث يأتي على شكل المستطيلات المتدرجة، أي فقرات تلخص أقوال المتحدث، ثم بعدها فقرات مقتبسة من حديثه.





كتابة الحديث التليفوني:

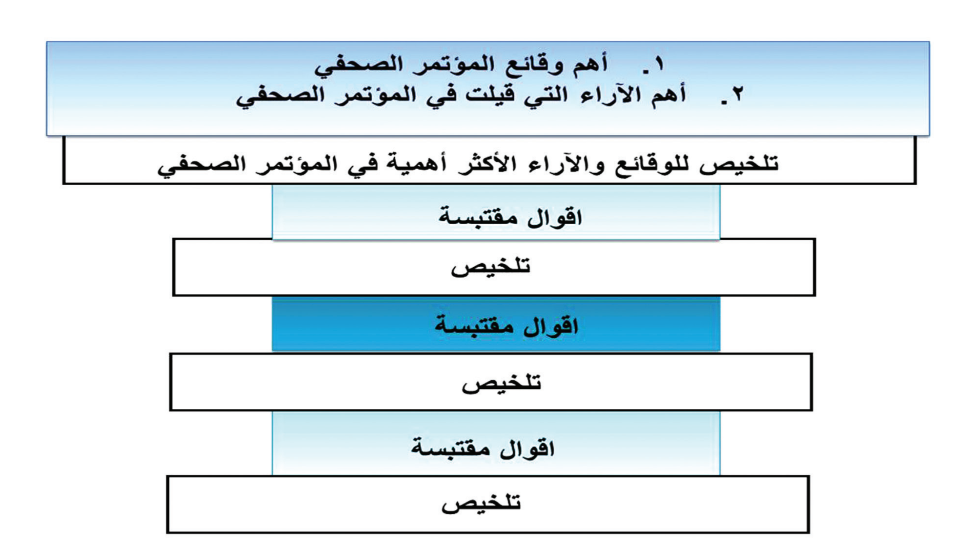
قد تجد نفسك كصحفي مضطراً لعمل حديث تليفون، لأن يكون الشخص موضع الحديث أو الاهتمام مقيماً في مكان بعيد عن مقر الجريدة، أو في دولة أخرى.

إن هذا النوع من الحديث يحتاج إلى مهارة عالية منك كصحفي فهو لا يمر بمراحل الحديث المختلفة، ويجري في وقت ضيق، فلابد من الإعداد الجيد للأسئلة، واختيار أقلها من حيث عدد الكلمات وأكثرها وضوحاً وعلاقة وارتباطاً بموضوع الحديث أو الحدث.

كما يتطلب منك إجراء هذا النوع من الحوارات معرفة تليفون الشخص المتحدث المباشر، والتأكد من شخصيته، كما يجب أن تكون أسئلتك مكتوبة في ورقة أمام الصحفي، حتى لا تتوقف لتذكر السؤال، لأن أي لحظة صمت منك يقابلها برود وفتور من جانب المتحدث، وقد يعتقد أنه أنهى حواره فيغلق الهاتف وتضيع فرصة استكمال الحوار.

عندما تبدأ هذا النوع من الحوارات لابد أن تذكر أسمك واسم الجريدة التي تعمل بها في بداية المكالمة، لأن ذلك يعطي انطباعاً هاماً لدى المتحدث، فاسم الجريدة يكون في الغالب هو المفتاح الذي يجعل المتحدث مستعداً للحوار لثقته فيها أو اتصافها بالجدية، كما أنه من المفروض أن تذكر في البداية موضوع الحوار والهدف منه.

وهذا النوع من الأحاديث يكتب بقالب الهرم المقلوب، لأن الهدف منه في معظم الأحوال هو الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو رأي في قضية معينة، وهو حديث قصير في معظم الأحيان.



البناء الفني للمؤتمر الصحفي المبني على قالب الهرم المقلوب المتدرج

كتابة المؤتمر الصحفي:

المؤتمر الصحفي أيضاً شكل من أشكال الحديث الصحفي، حيث يحدد الشخص المتحدث موعداً ليقابل فيه عدداً من الصحفيين، ويتحدث معهم ويجيب على أسئلتهم.

مثل هذه المؤتمرات عادة ما تعقد بعد زيارة رئيس دولة أو مسؤول كبير أو في أحداث معينة أو في مناسبات خاصة. وقد يشترك في المؤتمر الصحفي أكثر من متحدث أو متحدث واحد.

في مثل هذه المؤتمرات لابد لك كصحفي من أن تكون دقيقاً في تسجيل وقائع المؤتمر، وأن تكون على وعي تام بسياسة جريدتك بحيث تركز سؤالك على ما يتفق وهذه السياسة، كما أنك يجب أن تكون متابعاً جيداً لكل الأسئلة التي تسأل في المؤتمر، والإجابات المختلفة، حتى لا تكرر سؤالاً سبق طرحة، كما يجب أن تكون على دراية تامة بموضوع المؤتمر.

هذا النوع من الأحاديث الصحفية يكتب من خلال قالب الهرم المقلوب المتدرج، وذلك أنه من النادر أن تنشر صحيفة ما النص الكامل للمؤتمر الذي قد يستغرق ساعة أو أكثر. كما أن كل جريدة تنشر ما يتفق واهتماماتها من هذا المؤتمر، وإن كانت صحفنا تنشر وقائع بعض المؤتمرات بالكامل، خاصة تلك التي يعقدها رئيس الدولة.

فن المقال الصحفي

من أشهر قواعد العمل الصحفي أن «الخبر مقدس و التعليق حر» حيث يدخل المقال في إطار هذا التعليق بما يميزه عن غيره من الفنون الصحفية بحيث يعد العنصر الشخصي ركنا أساسيا من أركانه.

و يختلف المقال الصحفي عن باقي الفنون التي تم استعراضها من حيث أنه تعبير ذاتي وشخصي عن الأفكار والخبرات والاتجاهات، حتى لو كان هذا التعبير معارضاً في مضمونه لأفكار وخبرات واتجاهات أخرى.

وكلمة « مقال « تعني : محاولة أو خبرة أو تجربة أولية .

ورغم أن بداية الصحافة الأولى في العالم كانت صحافة مقال وتحولت إلى صحافة خبر إلا أن المقال لم يفقد أهميته وحيويته ، بل يعتبر مؤشراً من مؤشرات الديمقراطية والحريات التي يتمتع بها بلد دون الآخر خاصة المقالات النقدية التي تهاجم مظاهر الفساد والسياسات غير السوية في المجتمع أيا كان مصدرها ، كما يدل المقال على نضوج المجتمع واتجاهات الرأي العام فيه.

ويعبر أحد الخبراء عن المقال بكلمات فيقول عنه: المقال رسالة من العقل إلى العقل والقلب.

أما المقال كما عرفه د.محمود أدهم فهو : «فكرة يقتنصها الكاتب خلال معايشته الكاملة للأنباء والآراء والقضايا والاتجاهات والمشكلات المؤثرة على القراء والمجتمع بحيث يعرضها ويشرحها بالتأييد أو المعارضة بلغة واضحة وأسلوب مبسط يعكس شخصيته وفكره».

و تعرفه دائرة المعارف البريطانية على أنه: « إنشاء متوسط الطول يكتب للنشر في الصحف و يعالج موضوعا معينا بطريقة مبسطة و موجزة على أن يلتزم الكاتب حدود الموضوع».

غير أن هذا التعريف لا يشمل المقال التحليلي الذي يحتاج كاتبه إلى تناول القضية بأبعادها المخلفة لذا عادة ما تكون مساحته كبيرة.

أنواع المقال الصحفي :

للمقال الصحفي أنواع مختلفة أخذت تتطور حتى صار كل منها يشكل فناً صحفياً قائماً بذاته وهي:

1. المقال الافتتاحي.
2. المقال العمودي.
3. المقال النقدي.
4. المقال التحليلي.
5. مقال اليوميات.

و قد تجد بعض الكتاب يجتهدون في وضع أنواع أخرى من المقالات غير تلك المذكورة، و من هذه الأنواع المقال التفسيري و المقال المتخصص و مقال المناسبات و مقال الفكاهة.

وظائف المقال الصحفي:

المقال الصحفي لا يكتب فقط للتعرف على الآراء بصورة مجردة أو لتبادل الأفكار فقط وإنما يؤدي العديد من الوظائف أهمها:

- الإعلام: تقديم معلومات وأفكار جديدة عن قضايا ومشكلات تشغل بال الرأي العام.
- الشرح والتفسير: من خلال التعليق على الأخبار والأحداث اليومية بهدف استجلاء أبعادها ودلالاتها.
- التثقيف: عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.
- الدعاية السياسية: نشر سياسات الحكومات والأحزاب ومواقفها المختلفة من القضايا.
- تعبئة الجماهير: بهدف خدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين أو للإسهام في إثارة الجماهير وحشد طاقاتها وتحقيق التنمية الوطنية.
- تكوين الرأي العام: من خلال التأثير على اتجاهات الرأي السائدة في المجتمع بالسلب أو الإيجاب.
- التسلية والإمتاع: للترويح عن القراء مع ارتباط التسلية بهدف معين.
- تنمية المجتمع في المجالات المختلفة.
- الدفاع عن المبادئ السامية و العقيدة الإسلامية في مواجهة الادعاءات الزائفة بحقه.
- الدفاع عن الحريات التي لا تتناقض مع المبادئ و الأخلاقيات.

بأي لغة نكتب المقال ؟

المقال الصحفي يختلف عن المقال الأدبي الذي يعرض تجربة الكاتب الذاتي وعواطفه ومشاعره وعن المقال العلمي الذي يعتمد أساسا على الحقائق والنظريات العلمية فهو وسط بين الاثنين لأن فيه شئ من «ذاتية الكاتب الأدبي وموضوعية العالم».

فلغة المقال الصحفي أقرب إلى لغة الحياة العامة بمعنى أن يفهمها كل الناس على اختلاف مستوياتهم التعليمية أو الثقافية، ولكنها ليست اللغة العامية.

ويصف البعض هذه اللغة بالقول : لغة العربية الفصحى المعاصرة أو فصحى عصر الصحافة والإعلام .

البناء الفني للمقال :

يتكون البناء الفني الأساسي للمقال من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة و الجسم و الخاتمة. ويكتب بقالب الهرم المعتدل على عكس كتابة الخبر الصحفي، بحيث لا يمكن الاستغناء عن أي جزء منهم لأن ذلك يقلل من شأن المقال ويحد من فاعليته، وإن كانت الخاتمة هي الأقل حظا بين كتاب المقال وهو ما يقتضي الانتباه إليه.

و تضم هذه الأجزاء:

المقدمة: كل موضوع صحفي يبدأ بمقدمة وفي المقال نبدأ بمدخل تمهيدي للفكرة لإثارة انتباه القارئ وشده لمتابعة بقية المقال، كما يمكن أن تتضمن فكرة جديدة مثيرة أو قضية تشغل بال الرأي العام، أو تعليقا على خبر هام يتداوله الناس أو وصفا لمشكلة خطيرة وحساسة في المجتمع.

الجسم: وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الحيوية والجوهرية (الدسمة) في المقال، ويضم البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بالموضوع، الأدلة والأسانيد المؤيدة لوجهة نظر الكاتب، أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة والخلفية التاريخية للموضوع.

الخاتمة: وهي أهم أجزاء المقال التي يتوقف عليها مدى اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بفكرة الموضوع وبآراء الكاتب وغالبا ما تضم واحدا من النقاط التالية:

خلاصة ما توصل إليه الكاتب من آراء، دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد حلول للقضية أو المشكلة المطروحة لتفعيل دوره أو دفع القارئ لاتخاذ موقف معين اتجاه موضوع مطروح أو النصيحة التي يقدمها الكاتب للقراء عامة وللمرتبطين بالموضوع خاصة.

أنواع المقالات الصحفية:

ونقدم فيما يلي نبذة مختصرة للتعريف بكل نوع من أنواع المقالات الصحفية التي ورد ذكرها:

أولا: فن المقال الافتتاحي (الافتتاحيات):

ويقوم على أساس شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه هذه الأحداث والقضايا المجتمعية أو الدولية.

ولأنه يعبر تماما عن سياسة الصحيفة فإن مهمة كتابته تسند إلى رئيس التحرير أو كبار الكتاب في الصحيفة والمؤسسة وهو لا يوقع باسم كاتبه لأنه يمثل رأي المؤسسة لا رأي الشخص.

أما المعادلة التي يقوم عليها المقال الافتتاحي فهي: محاولة الربط بين سياسة الصحيفة وبين طبيعة النظام السياسي والاجتماعي في البلد الذي تصدر فيه ثم مراعاة الجمهور المستهدف من القراء.

وموضوعاته شاملة للأخبار والأحداث والمشاكل التي تشغل الرأي العام إضافة إلى القضايا الاقتصادية والثقافية وحتى الرياضية في بعض الأحيان.

أنواعه: و من أنواعه التي وضعها بعض المختصين: المقال الافتتاحي الشارح المفسر، والمقال الافتتاحي النزالي، و المقال المستكشف، والمقال المقارن إضافة إلى المقال التحذيري و المقال الشامل.

خصائص المقال الافتتاحي:

ويتميز المقال الافتتاحي بالخصائص التالية:

- التعبير عن سياسة الصحيفة سواء كانت هذه الصحيفة مستقلة أو تابعة لحزب من الأحزاب أو معبرة عن اتجاه سياسي أو اجتماعي أو فكري في البلد الذي تصدر فيه.
- متابعة الأحداث اليومية سواء تلك التي تقع في النطاق المحلي أو تلك التي تقع على النطاق الدولي.

- الاهتمام بالقضايا التي تهم الرأي العام وتشغل أذهان القراء.
- ضرورة إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا التي يتناولها المقال الافتتاحي بالشرح والتحليل.
- استخدام لغة سهلة بسيطة وأسلوب واضح محدد يتلاءم وطبيعة قراء الصحيفة الذي تختلف مستوياتهم الثقافية.
- القدرة على إقناع القارئ بالقضية أو الرأي الذي تنادى به الصحيفة بما يقدمه الكاتب من حجج منطقية وأدلة كافية.

كتابة المقال الافتتاحي:

يكتب المقال الافتتاحي بطريقة الهرم المعتدل أي يتكون من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة والجسم والخاتمة.

البناء الفني للمقال الافتتاحي المبنى على قالب الهرم المعتدل

أولاً/ مقدمة المقال الافتتاحي:

وهي تحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يدور حولها المقال وهذه المقدمة يمكن أن تضم النقاط التالية:

- عرض فكرة مثيرة لاهتمام القراء.
- طرح قضية هامة تمس مصالح القراء.
- وصف مشكلة خطيرة صارت حديث الناس في المجتمع.

والمقدمة تقوم بعدة وظائف هي:

- تهيئة ذهن القارئ لموضوع المقال.
- إعادة تذكير القارئ بالخبر أو الحادثة أو القضية موضوع المقال.
- جذب انتباه القارئ ودفعه إلى قراءة المقال عن طريق الطرح الجديد والشيق للموضوع.

ثانياً / جسم المقال الافتتاحي:

وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الجوهرية في المقال و قد يحتوي على النقاط التالية:

- البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن الموضوع.
- الأدلة والحجج والأسانيد التي تؤيد وجهة نظر كاتب المقال.
- الخلفية التاريخية للموضوع.
- أبعاد الموضع ودلالاته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية.

ووظيفة جسم المقال الافتتاحي تنحصر في النقاط التالية:

- تقديم البيانات الكافية لإشباع رغبة القارئ في الموضوع.
- تقديم الحجج المنطقية التي تدعم وجهة نظر الصحيفة في الموضوع.
- إقناع القارئ بموقف الصحيفة أو سياستها تجاه موضوع المقال.

ثالثا / خاتمة المقال الافتتاحي:

والخاتمة هي أهم أجزاء المقال وعليها يتوقف مدى اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بسياسة الصحيفة. وغالبا ما تضم الخاتمة النقاط التالية:

- خلاصة الآراء والأفكار التي تصل إليها الصحيفة في موضوع المقال.
- دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد الحلول للقضية أو المشكلة المطروحة إن كان الأمر يفترض مشاركة القارئ أو تعبئته لتحقيق هدف معين أو لتنفيذ خطة معينة.
- دفع القارئ إلى اتخاذ موقف معين تجاه موضوع معين.

ثانيا : فن العمود الصحفي:

المقال العمودي عبارة عن مساحة محدودة من الصحيفة تضعها الصحيفة تحت تصرف أحد الكتاب للتعبير من خلالها عن آرائه وأفكاره وخواطره دون أن تشترط عليه التزامه بسياستها مع الحرص على عدم المعارضة القوية لها .

ويعتبر المقال العمودي من أكثر المقالات قبولاً وقراءة وصدى لدى القراء لأنه يمتاز « بخفة الظل « النابعة من قصر مساحته وبلاغة كلماته وقوة معانيه وتجدد موضوعاته خاصة المقالات العمودية اليومية.

خصائص العمود الصحفي:

- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية وسهولتها ووضوحها بين جمال اللغة الأدبية.
- يعبر عن التجربة الذاتية للكاتب.
- يقوم على أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب والقراءة.
- يقوم على تطبيق القاعدة الذهبية في الصحافة والتي تقول: أكبر كم من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الألفاظ.

العناصر الثابتة في المقال العمودي:

والمقال العمودي إضافة إلى أنه يحمل توقيع واسم كاتبه فلابد أن يحافظ على عدد من العناصر الثابتة و هي:

- أن ينشر في صفحة ثابتة.
- له عنوان عمودي ثابت بخلاف عنوان المقال المتغير حسب الموضوع.
- أن يكون له موقعا ثابتا على الصفحة الثابتة.
- أن تكون له دورية نشر دورية نشر ثابتة.

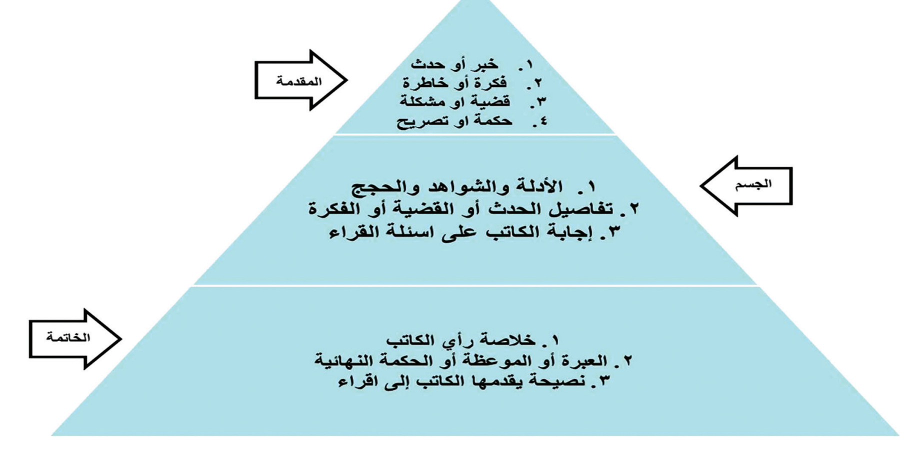
وتمتاز موضوعاته بالحيوية البالغة والإثارة الهادفة ولا يوجد قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها الكاتب، فمن حقه أن يكتب في السياسة والاقتصاد والأمن والثقافة والفن والأدب وغير ذلك مع اختلاف زاوية المعالجة للموضوع.

فكاتب المقال العمودي الذي يفترض في مساحته أن يكون محدودة عليه أن يهتم بمعالجة الموضوع الذي يطرحه من زاوية محددة ومركزة دونما تشتت أو توسع.

و يشار هنا إلى أن فن المقال العمودي الصحفي انتشر بصورة واسعة و ملحوظة في الفترة الأخيرة في المواقع الإلكترونية البحرينية و العربية على حد سواء.

أسلوب المقال العمودي:

يتوفر في أسلوبه قدر من الأسلوب الأدبي الجمالي من حيث الاعتناء بالألفاظ واستخدام الصور البيانية والموسيقى اللفظية شريطة عدم الإغراق فيها حتى لا يصبح أدبا خالصا ويتحول إلى خاطرة و يصفه البعض على أنه (وجبة سريعة دسمة).



البناء الفني للمقال للعمود المبنى على قالب الهرم المعتدل

كما يغلب على أسلوب المقال العمودي الأسلوب النقدي من خلال تناول بعض القضايا و الأفكار وتقديم وجهة نظر مخالفة أو معارضة للفكرة.

و يميل المقال العمودي إلى الاهتمام بالشؤون العامة، لذا يهتم البعض بمعالجة هذه القضايا المتجددة بأسلوب نقدي قائم على السخرية (المضحك المبكي) تجاه الظواهر السلبية في المجتمع.

كتابة العمود الصحفي:

يكتب العمود الصحفي كما المقال الافتتاحي من ثلاثة أجزاء (مقدمة، جسم، خاتمة).

أولاً: مقدمة العمود الصحفي:

مقدمة العمود الصحفي تشمل مدخل أو زاوية يمهد بها الكاتب لموضوع العمود وهذا المدخل أو الزاوية يمكن أن يشمل على النقاط التالية:

1. خبرا من الأخبار أو حدثا من الأحداث الهامة الجارية بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة أثارت انتباهه ويرى أنها تهم القراء في نفس الوقت.
2. فكرة أو خاطرة أو لمحة أو انطباع يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح وتوضيح أو إلى تفسير وتعليق أو إلى استخلاص العبرة منه.
3. قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء أو يثير اهتمامهم، وللكاتب أو القضية وجهة نظر يريد الإفصاح عنها.
4. ولكن يشترط أن تكون الزاوية التي يتناول الكاتب من خلالها هذه القضية أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها.

5. حكمة مأثورة أو مثل شعبي معروف، أو قول لمفكر أو كاتب أو فيلسوف، وأحيانا يبدأ العمود بتصريح هام لشخصية من الشخصيات التي تلعب دورا في الأخبار اليومية فيستند إليه كاتب العمود في إبراز الفكرة التي يريد قولها.

ثانياً: جسم العمود الصحفي:

وهو يضم جوهر المادة يحتويها العمود الصحفي وقد يشمل النقاط التالية:

1. الأدلة أو الشواهد أو الحجج التي يؤكد بها الكاتب رأيه.
2. تفاصيل الحدث أو الصورة الحية أو القصة أو المشكلة أو القضية التي يطرحها الكاتب على القراء.
3. وعندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ وإجابة من الكاتب فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ.

ثالثا: خاتمة العمود الصحفي:

وقد تشمل خاتمة العمود الصحفي على واحد من النقاط التالية:

- خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية أو المشكلة التي يعرضها.
- العبرة أو الموعظة أو الحكمة

طريقة عرض مادة المقال العمودي:

و للعمود الصحفي أنواع متعددة لعرض مادته تختلف باختلاف مضامينها وهذه الأنواع هي:

1. العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون، فيتعرض لمختلف القضايا، ولكن من الزاوية التي تهم القراء وتمس مشاعرهم.
2. العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللاذع والقائم على السخرية (المضحكة المبكية).
3. العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل إلى الكاتب من القراء، ثم يتولى هو الرد أو التعليق عليها أو الاكتفاء بنشرها.
4. العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواءً على لسانه أو لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل الحوار مع نفسه (المونولوج) أو يأخذ شكل الحوار مع غيره (الديالوج).
5. العمود الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات بهدف تسلية القارئ بعد أن يجيب على سؤال يقدم له من قارئ في الأعمدة التي يكون موضوعها الإجارة على بعض أسئلة القراء.

ثالثا: المقال النقدي:

ويقوم المقال النقدي أساساً على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، بهدف توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته على اختيار ما يقرأ ويشاهد ويسمع من وسط الكم الهائل من الإنتاج المتدفق على كافة المستويات.

و يتضمن تقييم شكل ومضمون العمل الفني أو الأدبي أو العلمي الكشف عن الجوانب الإيجابية

والسلبية، وليس فقط الجوانب السلبية، وتقوم عملية التقييم على أساسيين هما: إتباع الأصول العلمية والقواعد والنظريات وانطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفكرية.

مجالات المقال النقدي:

و تتسع مجالات المقال النقدي لتشمل غالبية النشاط الإنساني:

الإنتاج الأدبي: من قصص وروايات وشعر وأغاني.

الإنتاج المسرحي: مطبوعا أو معروضا على المسرح.

الإنتاج السينمائي: أفلام كارتون، أفلام تسجيلية، أفلام وثائقية.

الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني: تمثيليات، أغاني، وبرامج متنوعة.

الإنتاج التشكيلي: رسوم كاريكاتورية ،صور، نحت.

الإنتاج العلمي: مؤلفات، كتب، دراسات وأبحاث.

وظائف المقال النقدي:

1. عرض وشرح وتفسير وتحليل الأعمال الأدبية الفنية والعلمية والكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.
2. تقييم شكل ومضمون العمل الفني والأدبي والعلمي وذلك بالكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية.
3. إرشاد القارئ ومعاونته على اختيار أفضل الأعمال الفنية أو الأدبية أو العلمية المناسبة وذات المستوى المرتفع، فالمقال النقدي هو الذي يشير مثلا على القارئ بالفيلم الذي يستحق أن يشاهده والفيلم الذي لا يستحق.
4. الكشف عن آثار ونتائج العمل الفني والأدبي على الجمهور المتلقي. فالناقد السينمائي لا يهتم فقد بإبراز نواحي الجمال أو القبح ولا بنواحي الجودة أو الرداءة في الفيلم الذي ينقده، وإنما يمكنه أن يقوم أيضا بالإشارة إلى تأثير هذا الفيلم على جمهور المشاهدين.

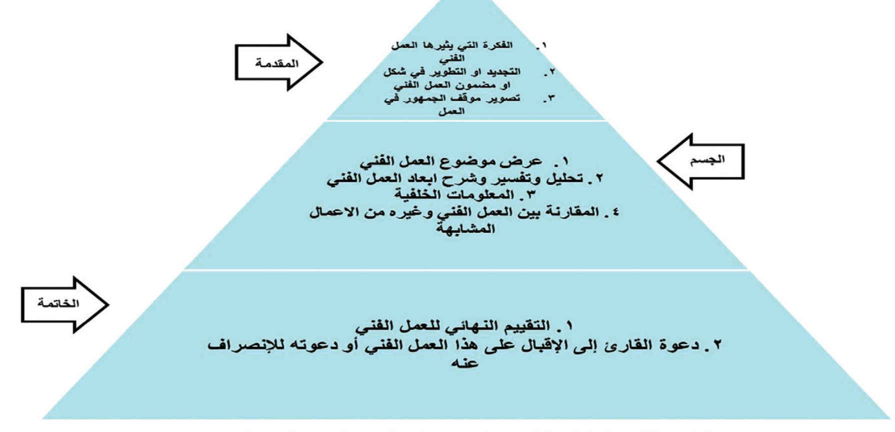
لغة المقال النقدي:

المقال النقدي يجمع بين اللغة الصحفية واللغة العلمية، بين جمال وذوق اللغة الأدبية، مع ضرورة أن تتوفر فيه أيضا ملامح وخصائص اللغة الصحفية أي البساطة والوضوح والسهولة.

و النقد نفسه سواء كان نقدا أدبيا أو فنيا أو علميا يقوم على أساسين:

الأول: النظريات والقواعد والأصول العلمية، والناقد الأدبي أو الفني أو العلمي ملتزم في كتابته للمقال النقدي بقواعد وأصول ونظريات العلم الذي تخصص فيه.

الثاني: انطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفنية والفكرية الخاصة فالمقال النقدي ليس مجرد عملية ميكانيكية لتطبيق قواعد عليمة صارمة والخروج منها بنتائج محددة وإنما هو في نفس الوقت علم وفن، ومزيج بين موضوعية العالم وذاتية الفنان، ولعل هذا هو الذي يفرق بين ناقد وآخر رقم أنهما قد يتصديان لنقد عمل واحد.



البناء الفني للمقال النقدي المبنى على قالب الهرم المعتدل

بناء المقال النقدي:

يقوم بناء المقال النقدي على طريقة الهرم المعتدل تماما كالمقال الافتتاحي و العمود الصحفي بحيث يتضمن ثلاثة أجزاء.

أولاً : مقدمة المقال النقدي: و تشتمل على النقاط التالية :

1. القضية أو المشكلة أو الفكرة الهامة التي يثيرها موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي.
2. التجديد أو التطوير أو العنصر الجديد الذي يطرحه شكل ومضمون هذا العمل.
3. مدى إقبال الجمهور على العمل أو مدى إعراضه عنه.

ثانيا : جسم المقال النقدي: و يضم النقاط التالية :

1. عرض موضوع العمل النفي أو الأدبي أو العلمي.
2. تحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة للعمل.
3. تقديم المعلومات الخفية أو التاريخية للعمل نفسه.
4. المقارنة بين هذا العمل وغيره من الأعمال المشابهة.

ثالثا : خاتمة المقال النقدي: و تشمل النقاط التالية :

1. التقييم النهائي للعمل وتحديد مستواه بالنسبة لغيره من الأعمال المشابهة.
2. دعوة القارئ إلى سماع أو مشاهدة أو قراءة هذا العمل أو دعوته إلى عدم الاهتمام به.

رابعا : المقال التحليلي:

يعد المقال التحليلي من أكثر المقالات تأثيرا حيث يمتد أثره إلى مدة أطول لأنه يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا. ويتناول هذا المقال الأحداث والوقائع بالتفصيل مع الربط فيما بينها وبين غيرها من الوقائع واستنباط ما يراه من آراء واتجاهات واستنتاج أحداث وتوقعات مستقبلية.

و يحتل الموضوع السياسي النصيب الأوفر من المقالات التحليلية لمدى الترابط بين الموضوعات السياسية وشئون الحياة المختلفة وتداعيات الحياة السياسية، إلى جانب حشد أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

تعريف المقال التحليلي:

هو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيرا حيث يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام، كما يتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها بين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات.

والمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل.

ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق والمدروس للأحداث فهو غالبا ما يكون أسبوعيا ولو كان ينشر في صحيفة يومية وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة أو أكثر في بعض الأحيان.

وظائف المقال التحليلي:

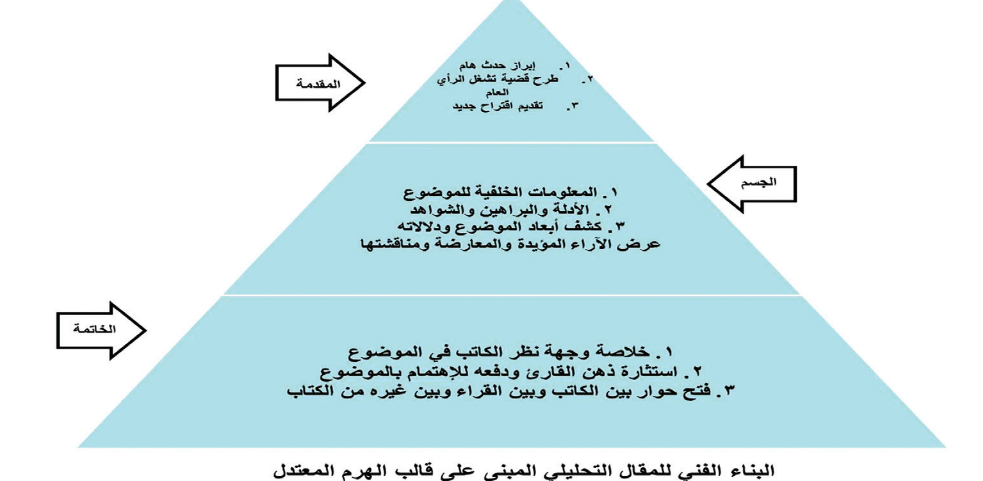
للمقال التحليلي عدة وظائف هامة ولكن يبرز في مقدمتها الوظائف الثلاث التالية:

1. عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها ودلالاتها.
2. مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها.
3. التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع وطر وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية في البلد الذي تصدر به الصحيفة.

كتابة المقال التحليلي:

يكتب المقال التحليلي - شأنه في ذلك شأن جميع أنواع المقال الصحف - على قالب الهرم المعتدل، ويحتوي على مقدمة وجسم وخاتمة.

ولكن المقال التحليلي يتميز عن كل من المقال الافتتاحي والعمود الصحفي بكبر حجم مساحته في الصحيفة وهو الأمر الذي يسمح لكاتبه بأن يحشد في جسم المقال أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.



البناء الفني للمقال التحليلي المبنى على قالب الهرم المعتدل

خامساً: فن اليوميات الصحفية:

اليوميات الصحفية ليست في حقيقة الأمر سوى مجموعة من الأعمدة يكتبها كاتب واحد مرة واحدة في الأسبوع، فالفقرات التي تضمها اليوميات إذا أخذت كل منها على حدة لما اختلفت كل فقرة منها عن العمود الصحفي في شيء سواء في موضوع اليوميات أو لغتها، أو في بنائها الفني القائم على الهرم المعتدل.

فموضوعات اليوميات الصحفية يمكن أن تستوعب السياسة والاقتصاد والاجتماع وقضايا الفكر والفن والأدب وكذلك مشاكل الناس وهمومهم.

ولغة اليوميات تجمع شأنها شأن العمود الصحفي بين بساطة اللغة الصحفية وجمال اللغة الأدبية، وكذلك في كونها تقوم على التجربة الذاتية للكاتب.

وقد انتشرت اليوميات الصحفية في الصحافة العالمية والعربية في النصف الأول من القرن (الماضي) وخاصة في أوقات ازدهار صحافة الرأي ولكن كثيرا من الصحف بدأت تخلي صفحاتها من هذا الفن الصحي مع بداية ربع القرن الأخير، حيث بات من النادر أن تجد صحيفة تفرد مساحة من صفحاتها لهذا الفن، وبعد أن كان فن اليوميات بابا رئيسيا من أبواب الصحف والمجلات العربية- وغالبا ما تفسح له صفحتها الأخيرة- صار من النادر أن تجد صحيفة أو مجلة عربية ما زالت تحتفظ بهذا اللون من الألوان الصحفية ويمكن أن نرجع هذا التراجع إلى عاملين:

الأول: أن فن العمود الصحفي صار يؤدي جميع وظائف اليوميات بالإضافة إلى تميزه بصغر المساحة التي يشغلها من الصحيفة.

الثاني: تراجع صحافة الرأي وغلبة صحافة الخبر على الصحافة المعاصرة.

التخطيط لكتابة مقال:

× أريد أن أكتب مقالا .... من أين أبدأ وكيف ؟

إذا رغبت بكتابة مقال ولم تمارس من قبل هذا النوع من الكتابات الصحفية فيمكنك الاسترشاد بالخطوات التالية حتى تسهل عليك عملية الكتابة، وهي على النحو التالي:

1. تحديد الفكرة الرئيسة للمقال الذي تريد الكتابة حولها، مع تحديد المصادر التي ستلجأ إليها في عملية جمع المعلومات حول الفكرة لتكون أكثر نضوجاً لديك.

2. أكتب ملخصاً عن فكرة مقالك التي اخترتها في سطرين أو ثلاثة للتأكد من أن المقال الذي ستكتبه قدم تفصيلا وافيا حول الفكرة والتزم بها.

3. قسم مقالك إلى عناصر ونقاط وابدأ عملية جمع المعلومات وترتيب الأفكار حولها قبل الشروع في كتابتها لتعرضها بصورة متسلسلة ومنطقية ومترابطة، بحيث تخدم فكرة المقال الرئيسة

4. لا تكتف بعرض الحقائق والآراء مجردة في بعض الأحيان بل ابحث عن دلالاتها وأبعادها مع ربطها بحقائق أخرى للخروج بأفكار جديدة للقراء وللابتعاد عن إعادة كتابة ما تم نشره.

5. أنت وصلت بذلك لمرحلة الكتابة النهائية للمقال بعد أن قسمته إلى ثلاثة أجزاء (مقدمة ـ جسم ـ الخاتمة) فاشرع في كتابة مسودة أولية واتبعها باستكمال ما تبقى من معلومات ناقصة وعمليات حذف أو إضافة وإجراء المراجعة اللغوية والأسلوبية قبل تقديم المقال بصورته النهائية للجهات المعنية لنشره.

شروط الكتابة الجيدة للمقال:

والكتابة متعة وليست مجرد عملية عرض لآراء وأفكار، ويرى البعض أن كتابة المقال هي تجربة أصعب من تجربة الكتابة في الفنون الصحفية الأخرى التي تعتمد بدرجة أكبر على المعلومات التي يتم تجميعها والوصول إليها من مصادرها المختلفة.

ولأن الكتابة الجيدة تحتاج إلى مزيد من الممارسة، فإن لها كذلك شروطاً يجب أن تتحقق وتتضح من خلال كتاباتك وهي:

1. صحة اللغة وسلامة التعبير .

2. الترابط والتجانس دون الانتقال المفاجئ المربك بين الجمل والفقرات.

3. الإقناع والتأثير وصولا إلى تحقيق هدف الكتابة، ويتم ذلك من خلال اللجوء إلى : أسلوب الإقناع العقلي اعتمادا على الحجج والدلائل والحقائق ثم أسلوب التأثير العاطفي الوجداني انطلاقا من المشاعر والأحاسيس المحيطة بالكاتب والقضية .

4. عرض تجربتك الإنسانية دون الحديث الشخصي الذاتي (الأنا) وإنما توظيف التجربة في الحديث عن الأشياء والموضوعات.

5. الجمع بين المتعة والفائدة ويتم ذلك من خلال: أسلوب السخرية أو التهكم، الأسلوب القصصي ، توظيف أحداث الحياة اليومية ، تجنب التكرار والإطالة والاستطراد.

6. حسن تنظيم وتقسيم الجمل والفقرات وإتقان أسلوب الكتابة فيها.

7. مراعاة علامات الترقيم لزيادة التوضيح والترابط.

اختيار موضوع المقال:

إن اختيار موضوع المقال يتطلب من الكاتب أن يختار موضوعاً يعرف عنه قدراً كافياً من المعلومات، وأن يكون موضوع مقبولاً من جانب القراء الذين يكتب لهم.

ويؤخذ الموضوع عادةً من الحياة، مثل: تجربتي، تعلّم اللغة الإنكليزية، حادث شاهدته، قراءة الصحف، تجربة مرعبة.

تحديد الهدف من المقال:

إن أحد العوامل التي يتوقف عليها النجاح في الكتابة هو تحديد الهدف. وهذا التحديد يساعدنا على أمرين: معرفة ماذا نكتب؟ وكيف نكتب؟

فن التحقيق الصحفي

يتخذ فن التحقيق الصحفي من البحث منهاجاً في التفكير، ويسلك لنفسه طرقاً صحفية في التعبير والطابع البحثي للتحقيق الصحفي يعني عمليات مستمرة في التعرف على المشكلات والقضايا المطروحة في المجتمع، وفي تكوين الفروض والحلول المختلفة، وفي الحصول على البيانات وتصنيفها وتبويبها واستخلاص النتائج، وفي النهاية تحرير هذه النتائج تحريراً صحفياً.

أي إن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدوره حولها التحقيق .

ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته مهمة لأكبر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة .

ويبين (ميلتون فارتشيلد) ست خطوات للمنهج العلمي الذي يستفيد منه الباحث كما يستفيد منه المحقق الصحفي في كل خطوة من خطوات إجراء التحقيق الصحفي وتنفيذه على الوجه الأكمل وهي:

1. جمع البيانات عن المشكلة أو في مجال ميدان يختاره الباحث أو المحقق الصحفي طبقاً لخطة موضوعة وعن طريق الملاحظة ووسائل أخرى دقيقة، مع تسجيل هذه البيانات والتأكد من صحتها، وملاحظة أن تتم عملية جمع البيانات داخل إطار محدد يخدم هدف البحث المنشود أو التحقيق الصحفي المطلوب.
2. تصنيف وترتيب البيانات على أساس التشابه أو الاختلافات أو التباين أو الأساس أو الأسباب أو النتائج، ومحاولة التمييز بين الصفات الأساسية الهامة، والتي لها علاقة مباشرة، وتخدم أهداف البحث أو التحقيق الصحفي، والأخرى السطحية البعيدة عن التأثير على هذه الأهداف.
3. التعميم لمحاولة استنباط مبادئ أو نظريات في صورة مبدئية، وتعتمد هذه الخطوة على خيال الباحث وقدرته على التصور ومعرفته بالمبادئ والنظريات التي لها علاقة مباشرة بمجال بحثه.

4. التحقق من صحة النظرية وصلاحيتها عن طريق التجربة.
5. وضع البيانات والنتائج في صورتها النهائية.

وصياغة نتائج التحقيق الصحفي لابد أن تتم وفق فنيات معينة، ويتكون التحقيق الصحفي المتكامل من ثلاثة أجزاء رئيسية وهي التالية:

1. المقدمة.
2. الجسم (الصلب).
3. الخاتمة.

وتتضمن مقدمة التحقيق الصحفي صياغة الفكرة من وراء التحقيق الصحفي المطروح، كما تساعد إلى حد كبير في تحديد طريقة صياغة بداية التحقيق الصحفي، وهذه المقدمات على أنواع كثيرة، وفنون متعددة، ومن أشهرها:

1. المقدمة المختصرة: وتقوم بإيجاز التحقيق الصحفي كله، وتفيد القارئ المتعجل، الذي يريد معرفة خلاصة التحقيق منذ البداية.

2. المقدمة المثيرة: وتميل إلى إثارة انتباه القارئ بعرض فكرة غير عادية، أو غير متوقعة (مثيرة) لتهيئ ذهن القارئ منذ البداية للولوج في تفاصيل الموضوع.

3. المقدمة القصصية: وهي تبدأ بقصة لجذب انتباه القارئ، وهذه القصة لها علاقة كبيرة ووثيقة بموضوع التحقيق.

4. المقدمة التساؤلية: وتحاول هذه المقدمة إثارة العديد من الأسئلة، ليتم تناول حلولها في صلب التحقيق وهذا النوع شائع الاستخدام.

5. المقدمة الوصفية: وتعتمد على الوصف، وتستخدم فيها ألفاظ موحية بصور معينة لدى القارئ، مثل وصف الطائرة والإنسان والمكان.

6. المقدمة الساخرة: ولا تعني هذه المقدمة الاستهزاء أو التشمت، بل تعني النقد اللاذع البناء، ويناسب هذا النوع من المقدمات بعض الظواهر الاجتماعية السيئة المتفشية في مجتمع معين.

7. المقدمة المقارنة: تستعمل لجذب انتباه القارئ، ويعقد فيها مقارنة أو مفارقة سريعة بين الشيء وضده، أو بين فكرة وأخرى.

8. مقدمة الحوار: ويعرض فيها حوار بين شيئين لهما علاقة بموضوع التحقيق المطروح، وهذا النوع ليس شائعاً، لكنه جيد ومؤثر.

9. مقدمة الاقتباس: حيث يتم فيها اقتباس قول أو رأى أو حكمة أو غيرها، تكون ذات علاقة بموضوع التحقيق، ونقطة انطلاقة جيدة للبدء فيه.

وهنا أمر مهم لابد من التنبيه إليه وهو وجود أنواع أخرى من المقدمات غير السابقة الذكر، والآنفة الطرح، والصحفي الموهوب المبدع هو الذي يستفيد من تلك المقدمات في تحريره لتحقيقه، وإخضاعها لخدمته، كما يتاح له فرصة أخرى في استخدامه أكثر من نوع كمقدمة لتحقيقه ضمن أنواع المقدمات الفنية الآنفة الذكر.

وبعد أن يضع الصحفي مقدمة تحقيقه يشرع في تشكيل التحقيق وإعداده، ويمكن لكل صحفي أن يحرر موضوع تحقيقه بثلاثة أساليب عامة وهي التالية:

1. تحقيق العرض: وفيه يعرض المحرر بموضوعية موضوع التحقيق من خلال مقدمة تثير اهتمامات القارئ كالتركيز على أحد جوانب الموضوع، أو كمجموعة من الأسئلة، أو كملخص للموضوع، ثم يأتي جسم التحقيق ليتناسب مع المقدمة، مثل: تناول الجوانب الأخرى في الموضوع، أو الإجابة عن الأسئلة المثارة أولاً بعرض الحقائق والمعلومات التي تجيب عن التساؤلات، أو تفصيل للملخص الذي بدأ به المحرر، وأخيراً تأتي الخاتمة لتلخص النتائج والآراء.

2. تحقيق الوصف: وفي تحقيق الوصف يتم تناول وصف سريع للحدث أو الموضوع في مقدمة

التحقيق، أما التفصيل فيوجد في جسم التحقيق، والخاتمة تكون للربط بين أجزاء الموضوع، وهي تمثل أخيراً انطباعات المحرر. ويصلح هذا النوع للتحقيقات التي تدور موضوعاتها حول: الرحلات أو الزيارات أو المنافسات كالمسابقات، أو الندوات والحفلات أو المهرجانات.

3. تحقيق القصة: وهنا يقوم محرر التحقيق بكتابة تحقيقه على شكل قصة حقيقية، وليست خيالية أو أدبية، إلا أن هذا النوع يتماثل مع القصص الأدبية في بنائها الفني، أي وجود بداية وعقدة ونهاية ويصلح هذا النوع للموضوعات الإنسانية العاطفية كمأساة الشعب الفلسطيني الجريح، أو حرب شعب البوسنة والهرسك، أو الصومال وغيرها، وعلى العموم يتناول هذا النوع من التحقيقات الصحفية في الحوادث والجرائم والكوارث، حيث تصاغ وتنسج على شكل قصة مثيرة ومشوقة وهادفة تحقق الهدف الذي رمى إليه الصحفي من جراء القيام بهذا التحقيق القصصي.

وعلى الصحفي أن ينتبه إلى نقطة هامة وهي أنه يخاطب شرائح وطبقات من المجتمع متباينة الغايات، ومتعددة الاتجاهات، ومتفاوتة في ثقافتها وعلمها ووعيها، ويتوجب عليه أن يستخدم لغة راقية سامية تناسب عقول القراء على تفاوت مستوى فهمها وإدراكها، وتكون لغة غير مبتذلة وركيكة ومتهافتة، وتكون أيضاً بعيدة عن الألفاظ الصعبة والثقيلة وكل ما يضفي عيلها الطابع العلمي البحت، بل عليه أن يحصر فنه الصحفي في الواقعية والحيوية ومحاكاة ذوات الناس وعقلياتهم، وهذا لا يمكن أن يتوفر إلا جزئياً، ولكن على المحقق الصحفي الموهوب أن يسعى إلى تحقيق هذه النواحي الإيجابية، وعليه أيضاً في خاتمة مطافه وترحاله أن يتوصل من مجمل عناصر ومعلومات وحقائق تحقيقه الصحفي إلى خلاصة ونتيجة تثري الفكر، وتخدم المجتمع، وتدعم الثقافة.

ولعنوان التحقيق الصحفي أهمية كبيرة في جذب وشد انتباه القارئ، وتختلف طرائق الصحفيين في نسج عنوان التحقيق، فمنهم من يضعه أولاً قبل صياغة التحقيق في صورته النهائية، ومنهم من يرجئ صياغة العنوان إلى حين الانتهاء من تحرير التحقيق كتابياً وهذه الطريقة هي نفس طريقة المؤلفين والباحثين في نسج عناوين مؤلفاتهم، وعنوان التحقيق يحتاج إلى مهارة وذوق وفن، ويلعب العنوان دوراً هاماً وبارزاً في نجاح وزيادة فعالية التحقيق، وله شروط أساسية حتى يتم التمكن من صياغته وحبكه ومنها:

- وضع العنوان الملائم لطبيعة الموضوع والذي يعطي فكرة عن الموضوع.
- وضع العنوان الملائم لنوعية وشخصية ومستوى الصحيفة.
- وضع العنوان المرتبط بالهدف من التحقيق.
- صياغة العنوان بشكل واضح ومختصر وجذاب.

وعلى ما سبق يمكن الإشارة وتحديد أهم أنواع العناوين المستخدمة في التحقيقات الصحفية وهي:

- **العنوان الدال:** وهو عنوان ذو طابع إخباري، ويدل على مضمون التحقيق، ومثاله: الجفاف يؤدي إلى انخفاض إنتاج الحبوب.

- **العنوان الانتقائي:** وهو يقوم على أساس اختيار وانتقاء جانب معين يتميز بالجاذبية والأهمية ومثاله: القرار الذي أنقذ المؤسسة من الانهيار .

• **العنوان الإيضاحي:** وهو عنوان صريح، يغطي معظم جوانب التحقيق بشكل عام ومختصر وواضح ومثاله «الافتقار إلى السائق الجيد».

• **العنوان الوصفي :** وهو العنوان الذي يحاول إعطاء صورة لتجسيد الفكرة والحدث ومثاله : مصنع يسبح في بحر من الفوضى الإدارية .

• **العنوان الاقتباسي:** وهو العنوان الذي يكون عبارة عن اقتباس جملة أو عبارة هامة ومعبرة، جاءت في تصريح أو مقابلة مع أحد المشتركين في التحقيق ومثاله « الأزمة الاقتصادية العالمية هي السبب الرئيسي لزيادة الأسعار».

• **العنوان الاستفهامي:** وهو الذي يصاغ على شكل سؤال يجذب القارئ ويثير اهتمامه، وفي الوقت ذاته يطرح المشكلة ويشرك القارئ في حلها ومثاله «لماذا تستهلك أكثر مما تنتج؟» ، « كيف نحول شعار المجتمع الأفضل إلى واقع ؟».

• **العنوان الذي يتوجه إلى القارئ، ويخاطبه بشكل مباشر:** ومثاله « أنت مطالب بزيادة إنتاجك»

وليمارس المحقق الصحفي هذه الوظائف بجدارة وتألق عليه أن يتصف بحب الاطلاع والفضول والحس المرهف واحترام أسرار المهنة.

مصادر التحقيق الصحفي:

• ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
• المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
• المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
• مواقع التواصل الاجتماعي
• القصص الإنسانية والحالات الغربية والشاذة.
• الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإنك كمحرر تحقيقات صحفية نشيط يمكنك أن تحصل على أفكار موضوعاتك من كل ما تقع عليه عيناك. وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.

وظائف التحقيق الصحفي:

تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.

كما يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول
- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة
- الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

أنواع التحقيق الصحفي:

يوجد نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهما:

أ- التحقيق الصحفي المفصل

أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور ، رسوم ،شهادات) لإغناء الموضوع.

وتعتمد كمحرر في تحقيقك هنا على المصادر الحية من خلال لقائك بالأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكنك الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكنك الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوعك، فإنك تستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة .

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية .

ب- التحقيق الصحفي المصور

هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

أ- تحقيق الخلفية :

وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

ب- تحقيق البحث أو التحري:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسئوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

ج- تحقيق الاستعلام

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

د- تحقيق التوقع

وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث ، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

هـ- تحقيق الهروب

وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي :

تشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

1. اختيار فكرة التحقيق

إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهتم عددا كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها. ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيقي يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجهك في إعداد وتنفيذ تحقيقك. ويتطلب ذلك منك أن تكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حولك في المجتمع من أحداث، وأن تكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعلك تعرف كل شيء عن تخصصك، لذا يمكن أن تبدع وتبتكر فيه وتلاحق كل تطور يحدث في مجالك.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج لتحقيق عنها، وهذا يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية لصحف بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار.

ومن الطبيعي أن لا تحضر الاجتماع كمحرر دون أن تكون لديك أفكاراً لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاتك، ولا تعتمد على رئيس قسمك أو زملاءك إعطاءك الفكرة.

و عليك قبل أن تطرح فكرة التحقيق، أن تدرس هذه الفكرة جيداً وتتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم تفعل ذلك، وعرضت فكرة سبق معالجتها، دل على أنك غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

2. جمع المادة الأولية للتحقيق:

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خليفة معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك.
ويمكنك الحصول على هذه المعلومات من جهتين :

أ . أرشيف المعلومات الصحفية .

ب . المكتبة

3. تنفيذ التحقيق الصحفي:

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة.

وهذه الخطوة تتطلب منك كمحرر أن تكون عارفاً لقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي التي سبق وتحدثنا عنها بالتفصيل.

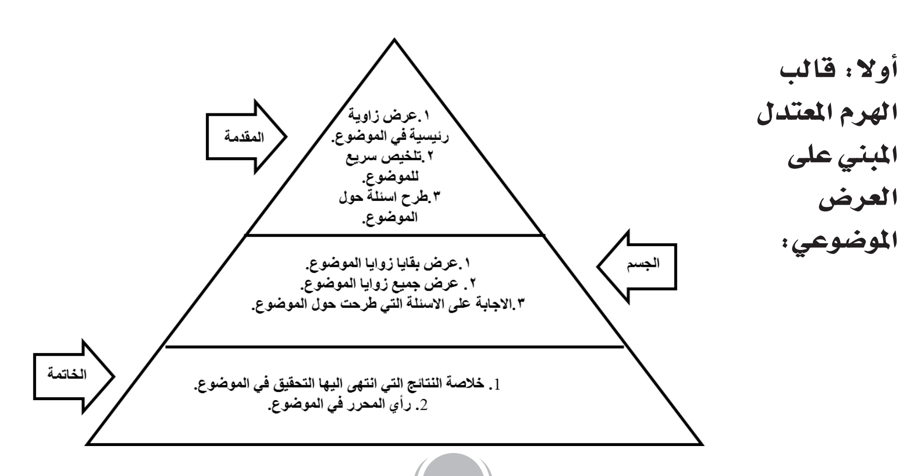
والمعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكنك الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع ، والتي لم يسبق نشرها.

وبعد أن تحصل على المعلومات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، تبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم تشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق.

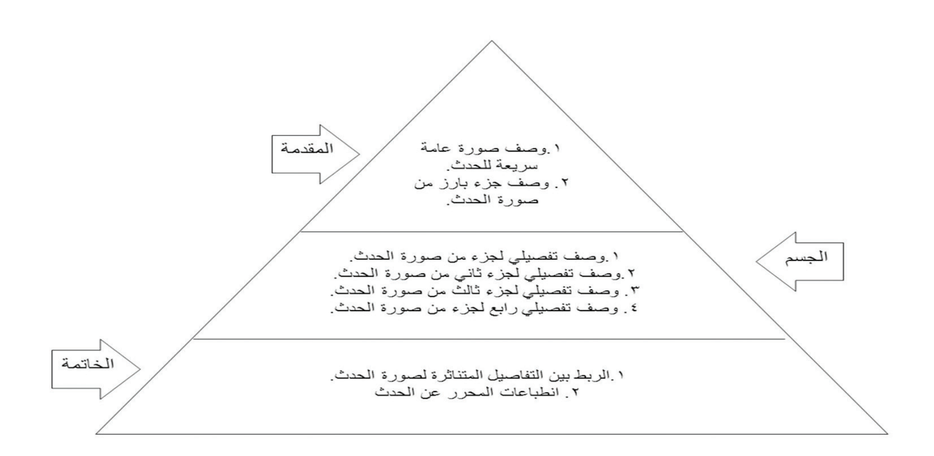
وفي النهاية تضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيسي أو العناوين المساعدة أو العناوين الفرعية.

نماذج قوالب التحقيق الصحفي:

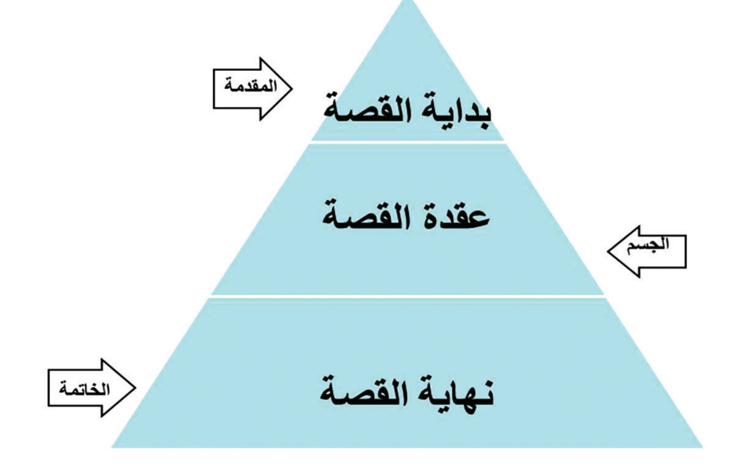
أولا: قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:



ثانيا: قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي:



ثالثا: قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي:



التقرير الصحفي

التقرير الصحفي وأنواعه :

التقرير الصحفي فن يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي ويقدم التقرير مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية فهو يتميز بالحركة والحيوية.

والتقرير الصحفي لا يستوعب الجوانب الجوهرية او الرئيسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر وإنما يمكن ان يستوعب وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث حيث لا يقتصر التقرير الصحفي على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث كلما زادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي.

ويزداد تعريف التقرير الصحفي وضوحا من خلال المقارنة مع الخبر الصحفي و التحقيق الصحفي.

الخبر و التقرير الصحفي:

يرى بعض أساتذة الصحافة وجود تشابه بين الخبر الصحفي والتقرير الصحفي، حيث أن كل منهما يحمل مضموناً خبرياً جديداً، ومحل اهتمام القراء فالخبر الصحفي وإن كان تعبير عن واقعة أو حادثة، أو فكرة ترتبط بمصالح غالبية القراء، وتثير اهتمامهم وهو في ذلك يقوم بعملية النقل ورصد الحدث بموضوعية كاملة ، أما التقرير الصحفي فهو يتضمن أيضاً مضموناً خبرياً ورصد لحدث أو قضية أو واقعة إلا أن المحرر الصحفي يضفى بمزيد من التفاصيل حول أصل القصة الخبرية فضلاً عن طرح انطباعه الشخصي عن الواقعة أو الحادثة التي يقوم بالكتابة عنها.

الخبر الصحفي يتسم بالموضوعية في نقل الحدث فقط ، واختفاء وجهة نظر الكاتب أو انطباعه الشخصي عن الحدث، والبعد عن سرد أية تفاصيل لا علاقة لها بالخبر أو تخرج به عن موضوعيته ، بينما التقرير الصحفي يتوسع في سرد التفاصيل فهو يتضمن انطباعات وآراء واتجاهات وسرد تفاصيل وخلفيات عن الحدث أو الواقعة لم تكن مطروحة عند نشر الخبر الصحفي.

التحقيق الصحفي والتقرير الصحفي:

ورغم التشابه بين النمطين إلا أن الاختلاف بينهما يأتي في النقاط التالية:

يتميز التحقيق الصحفي بالتعمق في بحث ودراسة الأبعاد المختلفة في حين يكتفي التقرير بتقديم صورة سريعة للحدث او يقوم بالتركيز على جانب منه دون ان يفرق في التفاصيل المدعمة بالبحث والدراسة ، فالتقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر واقل من التحقيق الصحفي.

كما يختلف هدف التقرير الصحفي وغرضه عن هدف التحقيق الصحفي وغرضه ، فالتحقيق الصحفي يستهدف إقناع القارئ بأهمية وخطورة المشكلة او الفكرة التي يطرحها كاتب التحقيق بهدف كسب الرأي العام ، أما التقرير الصحفي فينحصر هدف كاتبه في إثارة اهتمام القارئ بالموضوع وذلك بتقديم معارف ومعلومات جديدة وظريفة او غريبة ومسلية عن حدث من الأحداث الجارية.

ﻓﻲ التحقيق الصحفي يقوم المحرر بعرض وجهات النظر ﻓﻲ القضية المطروحة من خلال التحقيق، وبالتالي فلا يسمح له بالتعبير عن وجهة نظره، أو تأييد رأى آخر، بينما التقرير الصحفي فيظهر من خلاله شخصية الكاتب ووجهة نظره، فضلاً عن كونه ليس مضطراً أن يكون التقرير متفقاً وسياسة التحرير التي تقوم عليها الصحيفة التي يعمل بها.

ويحتاج التحقيق الصحفي إلى أسلوب بسيط ولكن عميق وهو يحتاج لكي يقنع القارئ بالقضية الو المشكلة معتمدا على الأرقام والإحصائيات وغير ذلك مما يحتاجه التحقيق الصحفي، أما التقرير الصحفي لا يصلح له إلا الأسلوب البسيط الواضح والجمل القصيرة مع جمع اكبر كمية من الحقائق والمعلومات ﻓﻲ اقل قدر ممكن من الكلمات ولا يعنيه ان يسجل كل الحقائق بالأرقام او يدعمها بالبيانات .

و إذا كان التحقيق الصحفي يحاول ان يشرح ويفسر ويعلق ويبحث ﻓﻲ الأسباب والعوامل التي تكمن وراء الخبر إلا ان التقرير الصحفي غالبا ما يكتفي بزاوية واحدة دون التطرق لباقي الجوانب.

أنواع التقارير الصحفية :

أولاً : التقرير الإخباري :

هو التقرير الذي يهتم ﻓﻲ المقام الأول بعرض و شرح وتفسير زوايا او جوانب من الأخبار او الأحداث او الوقائع اليومية الجارية وهو يعنى بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفي تناولها، وإبراز جوانب جديدة عن حدث معروف وتقديم الخلفيات التاريخية والوثائقية للخبر او الحدث الذي يتناوله التقرير لتوضيح الجوانب الغامضة او الغير مفهومة ﻓﻲ الحدث.

والتقرير الإخباري يجب ان يلتزم بالأسلوب الموضوعي ﻓﻲ عرض المعلومات والبيانات والآراء بمعنى عدم تحيز الكاتب أثناء سرده للمعلومات او تعميمه لنتائجها وكذلك ان يهتم كاتب التقرير بتقديم المعلومات والبيانات الجديدة وتقديم الخلفية التاريخية لموضوع التقرير.

وعلى التقرير الإخباري ان يلبي الاحتياجات الإعلامية للقارئ المعاصر وخاصة فيما يتعلق بالقضايا الحيوية ﻓﻲ المجتمع الحديث ويرى الخبراء ان مجالات التقرير الإخباري تنصرف إلى تغطية الأخبار الجادة والقليل من التقارير الإخبارية تنصرف إلى تغطية الأخبار الخفيفة.

ثانياً : التقرير الحي :

هو التقرير الذي يركز على التصوير الحي للوقائع والأحداث ويهتم برسم صورة الوقائع والأحداث أكثر مما يهتم بشرحها او تفصيلها وتفسيرها ، ويشترك التقرير الإخباري مع التقرير الحي ﻓﻲ أنهما يتناولان الوقائع والأحداث الجارية ولكن ﻓﻲ حين يركز التقرير الإخباري على سرد البيانات والمعلومات حول الواقعة وتحليلها نجد التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه او الواقعة ذاتها ووصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه، والناس الذين ارتبطوا به. وكذلك عرض التجارب الذاتية سواء جاءت مصاحبة للمحرر الصحفي، أو الأفراد الذين لهم علاقة بالحدث أو

الواقعة وهو كثيرا ما يجعل الناس يتكلمون بأنفسهم ويرسمون تعبيراتهم الخاصة.
ويستعين التقرير الحي في كثير من الأحوال بالعديد من الأدوات والأشكال التي يستعين بها التحقيق الصحفي لكن الفرق هو التركيز على زوايا الموضوع، هذا وينصرف الجزء الأكبر من التقارير الحية إلى تغطية الأخبار الخفيفة ولكن في نفس الوقت هناك جانب غير قليل من التقارير الحية تغطي الأخبار الثقيلة مثل التقارير التي تغطي الجلسات البرلمانية والاجتماعات الحزبية والمعارك الانتخابية والمؤتمرات السياسية والاحتفالات القومية وغير ذلك من المجالات.

ثالثاً: تقرير الشخصية:

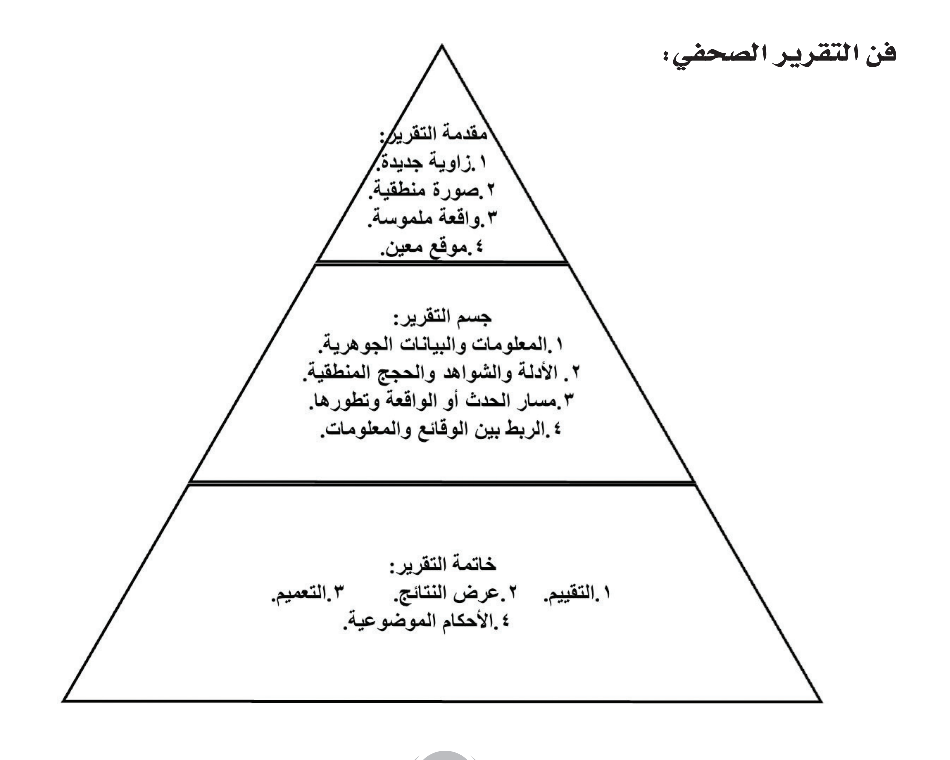
هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث التي تلعب دوراً مميزاً وبارزا على المستوى المحلي و الإقليمي أو الدولي، مثال ذلك فوز مرشح برئاسة الجمهورية يدفع الصحفي إلى عدم الاكتفاء بكتابة تقرير إخباري عن الانتخابات ونتائجها وإنما تدفعه إلى ان يكتب تقريرا صحفيا يعرض فيه ويحلل شخصية الفائز وملامح شخصيته ومدى طموحه السياسي وطموحاته المستقبلية .
وعلى هذا فقد يحدث هناك خلطاً بين تقرير الأشخاص والحديث الصحفي القائم مع شخصية من الشخصيات الموجودة في المجتمع ، فالتقرير الخاص بعرض الأشخاص يقوم على رسم ملامح شخصية من الشخصيات وبالتالي ليس شرطاً إجراء حوار صحفي معها، أو تناول وجهة نظرها في قضية أو موضع ما من الموضوعات. أما الحديث الصحفي فقد يقوم مع شخص أو مجموعة من الأشخاص بهدف الحصول على بيانات ومعلومات عن موضوع أو قضية ما محل اهتمام الغالبية العظمى من الجمهور، وبالتالي فهو يبحث عن سؤال (لماذا؟؟) أما التقرير الصحفي فهو يبحث عن سؤال (ماذا ؟؟) حيث لا يخرج عن إطاره الخبري إلا في نواحي نشر المزيد من التفاصيل عن الحدث أو الواقعة.
ويقوم تقرير عرض الأشخاص بالرسم المتقن للشخصيات المشتركة في الأحداث اليومية الجارية وتصوير عملية الصراع بين الإنسان والطبيعة والمجتمع والمرض وبين الإنسان والإنسان من اجل الشهرة او المال المجد .
وكاتب هذا اللون من التقارير يجب ان يحرص على التعبير الصادق عن الشخصية وان يميز تمييزا واضحا بين آراء الشخصية وانطباعاتها عن الشخص موضوع التقرير وبين آراء هذا الشخص نفسه.

وظائف التقرير الصحفي :

يقوم التقرير بأداء عدد من الوظائف:

1. تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يوفيه حقه في النشر.
2. تقديم الخلفية التاريخية الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير، لتوضيح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.
3. إبراز زوايا جديدة عن حدث معروف.
4. تقديم تقييم لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير أو حتى التي يتوصل إليها بنفسه.

فن التقرير الصحفي:



خصائص التقرير الصحفي (الإخباري):

1. يهتم التقرير بالتركيز على الكيفية التي جرى بها الحدث، ويبرز الظروف التي أدت إلى وقوع الحدث وهو ما يمثل الجانب المعرفي.
2. يركز التقرير الإخباري على التفاصيل الدقيقة التي تساعد القارئ على أن يعايش الحدث ويفهمه ويستوعبه.
3. يقوم التقرير الإخباري على الوصف الحي للحدث، ولزمان ومكان حدوثه، والتقديم الحي والمباشر للأشخاص المشاركين والمعنيين بهذا الحدث، عبر حوارات حية ومباشرة.
4. التقرير الإخباري عبارة عن بناء متكامل مترابط الأجزاء ، وله بناء منطقي.

قالب صياغة التقرير:

يكتب التقرير الصحفي بطريقة معاكسة للخبر الصحفي حيث يقوم بناء التقرير الصحفي على قالب الهرم المعتدل، حيث تأتي مقدمة التقرير بوقائع ومواقف ومعلومات جديدة عن الواقعة أو الحادثة، أما جسم التقرير فيتضمن المعلومات والبيانات الجوهرية بما في ذلك الأدلة والشواهد والصور الحية للموضوع التي تؤكد حقيقة ما جاء بالتقرير من معلومات وبيانات أما خاتمة التقرير فهي التي تكشف فيها النتائج والخلاصة و قد تأتي بعرض وجهة نظر المحرر وأهم النتائج التي توصل إليها عند تناوله للتقرير الصحفي.

وبناء التقرير الصحفي من مقدمة وجسم وخاتمة وقيام هذا البناء على تسلسل منطقي يجعل من أجزاء التقرير وحدة عضوية مترابطة ليس من السهل قطع او حذف جزء منها دون ان يتأثر ذلك ببناء التقرير نفسه .

1. المقدمة:

وهي تقوم على التمهيد للموضوع الذي يتم تناوله من خلال التقرير بما يعنى تهيئة القارئ للموضوع المطروح، بحيث تجذب المقدمة انتباه القراء للموضوع الذي يتناوله التقرير وتدفعهم للمتابعة للتفاصيل التي جاءت في إطاره و مقدمة التقرير الصحفي قد تحتوي على واقعة ملموسة ، موقف معين ، صورة منطقية ، زاوية جديدة لموضوع غير جديد ، وتتحدد قيمة المقدمة في قدرتها على جذب انتباه القارئ إلى الموضوع المطروح وكذلك القدرة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقية التقرير حتى نهايته .

2. جسم التقرير:

هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير ، بما يعني الأدلة والشواهد المنطقية التي تدعم موضوع التقرير وبالتالي يجب على كاتب التقرير أن يحرص على أن تكون فكرة التقرير واضحة من البداية وذلك من خلال التتبع المنطقي للحدث أو الواقعة، بأن يتم سرد القصة التي يتضمنها التقرير من بدايتها حتى وقت كتابة التقرير بجانب الكشف عن النقاط والجوانب الغامضة في الحدث أو الواقعة التي يتضمنها التقرير.

3. الخاتمة:

وفيها يقوم المحرر الصحفي بعرض أهم النتائج والخلاصة التي توصل إليها من خلال رصده للحدث أو الواقعة، مع طرح وجهة نظره وانطباعه الشخصي عن الحدث الذي قام برصده ووصفه والتعليق عليه، والكشف عن خلفياته.

فن الحملات الصحفية

الحملة الصحفية ليست فنا من فنون التحرير الصحفي وإنما هي فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من اجله، فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر ثم تتطور إلى تقرير صحفي ثم إلى تحقيق صحفي وقد يجذب الموضوع عددا من كتاب المقالات في الصحيفة حتى يتحول إلى حملة صحفية وعندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فنا قائما بذاته من فنون التحرير الصحفي وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة.
فالحملة الصحفية ليست سوى شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي .
وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية او المقالات الصحفية او التقارير الصحفية بل وقد تأخذ كلها معا وقد تتضمن ايضا الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى .

وظائف الحملة الصحفية :

- تعبئة الرأي العام مع سياسة معينة او قانون معين او قرار معين او اتجاه معين او فكرة معينة او تعبئة ضد هذه السياسة او ضد هذا القانون او الفكرة.
- تنظيف المجتمع من الفساد وألوان الانحراف المختلفة.

أنواع الحملات الصحفية :

الحملة الصحفية المخططة:
وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة ويشرك فيها عدد من محرري وكتاب الصحيفة ويدعمها بالوثائق والأدلة والدراسات والأبحاث و لا تبدأ هذه الحملة إلا بعد ان تستكمل الصحيفة إعدادها إعدادا كاملا للنشر.

الحملة الصحفية المفاجئة:
وهي الحملة التي تقوم بدون إعداد مسبق والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع فقد ينشر خبر صغير تمسك الصحيفة بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع كله.

عناصر الحملة الصحفية :
تقوم الحملة الصحفية على ثلاثة عناصر لا بد ان تتكامل وتتفاعل لكي تحقق الحملة الصحفية أهدافها وهذه العناصر هي:

1. موضوع الحملة:

يجب ان يكون قضية او مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب في نفس الوقت.

2. اهدف الحملة :

لابد ان يكون هدف الحملة واضحا ومحددا من البداية بحيث يصبح من السهل على القارئ العادي ان يستوعبه لان عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى بلبلة الرأي العام وعدم اقتناع القارئ بموقف الصحيفة.

3. جمهور الحملة :

من الضروري ان تنجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية او المشكلة او الرأي التي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحيفة بحيث تنجح في ن تجعل الرأي العام يتحمس للقضية وبذلك يشكل الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة على تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة الصحفية من اجله .

عوامل نجاح الحملة الصحفية :

- الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع اكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام ، وفي الحملات الصحفية المفاجئة لابد ان تسرع الصحيفة ايضا بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة .
- المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته فلو تكاسلت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثيرها على الرأي العام .
- ان تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر و تمنحه فرصة الرد على الاتهامات الموجهة إليه لان ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.
- ان تجند الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية فتشرك فيها ابرز محرريها وكتابها الكبار.
- الالتزام بالموضوعية واحترام الخصم وعدم توجيه الاتهام بدون أدلة كافية وعدم الدخول في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء.

الصحافة الالكترونية



هناك مقولة شهيرة في مجال الإعلام الإلكتروني، وهي: إذا لم تكن على شبكة الإنترنت فأنت لست في وسائل الإعلام If You were not on the net، You were not in the media فالانتشار العالمي لشبكة الإنترنت وما تحتويه من خدمات إلكترونية إعلامية، دفع الكثير من المؤسسات الصحفية الغربية إلى تغيير ثقافتها، والتنافس على الاستثمار الإلكتروني إعلامياً وإعلانياً وخدماتياً من خلال الصحافة الإلكترونية، التي بدأت تنمو بشكل سريع وتحولت إلى منافس قوي للصحافة المطبوعة، إذ استطاع كثير من المؤسسات تعويض تراجع توزيعها أو حصتها الإعلانية عبر مشاريع الإعلام الإلكتروني.

ومثلما حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع إخبارية الكترونية، تمخضت المنطقة العربية عن عدة مواقع إخبارية الكترونية. بعضها تصنع الخبر، وتلك تكتفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من الوكالات وشبكات التلفزيون والإذاعة، وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي للمحطات المتلفزة والجرائد المطبوعة، وتلك التي تستقل بذاتها كليا أي التي لا تصدر إلا على الانترنت ولا يوجد لها امتداد وأصل في الصحافة التقليدية.

لقد شهد الإعلام العربي ايضا على مستوى تكنولوجيات الإعلام والاتصال تحولات متعددة خلال العقدين الماضيين، وكان من أبرز ملامحها ظهور شبكة الانترنت كوسيلة اتصال تفاعلية أتاحت الفرصة أمام الأفراد والجماعات والمؤسسات للوصول إلى المعلومات وبحجم هائل وبسرعة فائقة، أو إرسالها ونشرها على نطاق واسع لم يسبق له مثيل في التاريخ. ونظرا للفرص الكبيرة المتنوعة والمتعددة الأبعاد التي أتاحتها شبكة الإنترنت للاتصال، أضحت استخداماتها المختلفة، ومنها على الخصوص الإعلامية، تمثل أحد أبرز تطبيقاتها المعاصرة. حيث تسابقت المؤسسات الإعلامية والأفراد والفئات المختلفة لاستغلال هذا المورد الاتصالي الهام في نشر وتبادل المعلومات بأشكالها المتعددة، مما أدى إلى إفراز أنماط إعلامية جديدة، وأبرزها ما يسمى بالصحافة الالكترونية أو صحافة الانترنت Online journalism أو على الخط مباشرة.

وعلى الرغم من أن المشهد الإعلامي العربي لا يعكس نضجا ملموسا في استغلال هذا القطاع، إلا أن هناك علامات دالة على مستقبل كامن لما يسمى بصحافة الانترنت، وهذا بناء على ما يتجلى من خلال البوابات الإخبارية والصحف الإلكترونية والمدونات الإعلامية باللغة العربية، وغيرها من الادوات الوسائل التي تظهر بين الفنية والاخرى ، حيث اصبح الواقع الان بالفعل بان هناك صحافة انترنت باتت تشكل نواة حقيقية منافسة للصحافة التقليدية، والتي صارت تجلب إليها أعدادا كبيرة من المستخدمين ممن لهم القدرة الفكرية والمادية على النفاذ للشبكة العنكبوتية.

ولعل من بين أهم تأثيرات هذا التطور ما يلاحظ من جدل حول المخاطر التي يمكن أن تهدد مستقبل الصحافة الورقية، بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج والتوزيع وتناقص الموارد الإعلانية التي تستمد منها الصحف أسباب بقائها وازدهارها، علاوة على تراجع مقروئيتها لدى القراء عموما، والشباب بصفة خاصة.

ولهذا أصبح الزاما على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة هذا التطور التكنولوجي حتى لا تفقد علة وجودها. في هذا الصدد، شهدت (التسعينيات المزيد من تحول الصحف «جرائد ومجلات» إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج، وحتى في أساليب التوثيق كما تم ربط مراكز المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية وشبكاتها، وتم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه من خلال تحسن أسلوب الإرسال و تسريعه).

وهكذا، أصبح من الممكن بالنسبة للقارئ أن يختار ما يريد قراءته، وأن لا يحصل عليه مطبوعا فقط، بل يتزود به مرئيا أو مرئيا مسموعا على شاشة التلفزيون أو الحاسب الالكتروني من خلال شبكة المعلومات أو عبر الهاتف المحمول، وهو ما يسمى بالصحافة الالكترونية التي بدأت «تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة منذ ظهورها أو كبديل لهذا النوع من الصحافة عندما تصل إلى مرحلة النضج والتبني الكامل مع القراء».

بالفعل، لقد أصبحنا اليوم نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث وصناعة الخبر. وهذا جنبا إلى جنب مع الصحافة التقليدية، ولتتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العد العكسي لأفول نجمها مع تقدم عجلة الزمن. فالصحافة الالكترونية تحرز يوما بعد يوم تطورا مذهلا في مواقعها وخدماتها. وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة الكترونية تفاعلية.

أولا: مفهوم الصحافة الإلكترونية:

استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين في مجال الصحافة والإعلام وكان نتيجة ذلك أن ظهرت الكثير من التعريفات الخاصة بها، فعرف البعض الصحافة الإلكترونية بأنها «الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة Electronic Editions أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق Paper Online News وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص

والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير Online Journalism تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف أو المجلات الالكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة»

ويقول الدكتور محمود علم الدين «الصحافة الالكترونية هي تلك الصحف التي يتم إصدارها على شبكة الإنترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر وتشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة، وقد تأخذ شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية» وتعرف الصحافة الإلكترونية أيضا بأنها: «منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر الإنترنت».

كما تعرف الصحافة الإلكترونية بأنها :»عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة، ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء الى الوسائل التقليدية كمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني والمطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت، وترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين».

وعرفت الصحافة الإلكترونية أيضا بأنها: «نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني ـ الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى ـ تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة».

ويمكن تعريف الصحافة الإلكترونية بشكل عام على أنها موقع على الإنترنت، له معايير وسمات وخصائص الصحف الورقية، من حيث التحديث الدوري للمواد والصور والرسوم، ويقدم كافة قوالب العمل الصحفي بالإضافة إلى قوالب أخرى تفرضها طبيعة الإنترنت، ويطبق منهجية العمل التفاعلي لمحتويات الموق، ويقدم خدمات صحفية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، ويقوم بتنفيذه فريق عمل متمثل في رئيس تحرير ومحررين وصحفيين وخبراء في الوسائط المتعددة ويمكن استدعاؤه ومعالجته إلكترونيا، وقد يكون نسخة كربونية من صحيفة مطبوعة أو بوابة إخبارية وإعلامية وترفيهية ذات شخصية مستقلة.

الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

أدت التطورات الايجابية في استخدام الإنترنت في الوطن العربي إلى تشجيع الكثير من الناشرين العرب إلى الدخول في عالم النشر الإلكتروني، فمنذ السنوات الأولى لظهور الشبكة العالمية فكر الناشرون العرب في استثمار النشر على الخط المباشر، حيث شجعهم على ذلك ازدياد أعداد القراء الذين ارتبطوا بالإنترنت.

وبدأت العديد من الصحف العربية تعي اهمية الظهور بالإنترنت وباشرت بإنشاء صفحات خاصة بها، وتعد المطبوعات الصحفية المستفيد الأكبر، والموقع الأكثر ترددا من بين وسائل الإعلام الأخرى بالإنترنت، ويوما بعد يوم يتزايد عدد الصحف العربية المرتبطة بها.

ودخل العالم العربي مجال الإنترنت دون أن يتأخر كثيرا عن العالم، وربما تكون الإنترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد ان تبناها الغرب بسنوات قليلة بالقياس الى انشار الطباعة والراديو والتلفزيون في العالم العربي، ففي التاسع من سبتمبر 1995 توافرت الصحيفة اليومية العربية الكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنت وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور، وتلتها في نفس العام صحيفة الوطن الكويتية وصحيفة الأيام البحرينية. وكانت الصحيفة الرابعة التي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 1 يناير 1996، تلتها جريدة الحياة في الأول من يونيو 1996 والسفير في نهاية العام نفسه. ثم توالت الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت وتطبيقات خاصة للبث والتفاعل، وحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، حتى أنه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفها - أو لبعضها - على شبكة الإنترنت.

وتنمو الصحافة العربية في شبكة الإنترنت بشكل واضح رغم المعوقات، ولا تمضي مدة قصيرة إلا وتؤسس صحيفة جديدة أو قديمة لنفسها موقعا على الإنترنت، وتنضم صحف عريقة مع أخرى جديدة إلى الوجود الصحفي العربي في الإنترنت، حتى وصل الامر إلى ظهور صحف عبر تطبيقات الكترونية فقط على الاجهزة الذكية.

ويمكن القول أن المجتمع العربي مازال يتلمس الطريق بصعوبة نحو العالم الإلكتروني فقد أكدت دراسة علمية متخصصة، أن الصحافة العربية على شبكة الإنترنت وبرغم حضورها الكبير في السنوات الأخيرة ما زالت لا تقدر على مواكبة سرعة وتطور الصحافة الإلكترونية العالمية.



صحافة المواطن على شبكة الإنترنت

تمر الصحافة الإلكترونية حاليا بمرحلة مكنت أفراد الجمهور العادي من تأسيس نظم صحفية جديدة تعدد أسماؤها ولم تتبلور خصائصها بشكل كامل أطلق عليها اسم (صحافة المواطن) أو (صحافة الجمهور) أو (الصحافة التشاركية) التي يقوم بها ناس عاديين في جمع وتحليل ونشر الأخبار والتعليق عليها وأصبحت الصحافة بين يدي المجتمع بعد أن كانت حكرا على المؤسسات الصحفية وحكرا على الصحفيين المحترفين.

وفي منتصف التسعينيات بدأت المؤسسات الصحفية والجهات الأكاديمية تدرك بأن صحافة الإنترنت لها تطبيقات لا علاقة لها مطلقا بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية، وأن الصحفيين ليسوا وحدهم من يتولى مسئولية توصيل المادة الصحفية. لقد بدأ ظهور نمط جديد من الصحافة والصحفيين هم من أفراد الجمهور لا علاقة لهم بالمؤسسة التقليدية.

وفي هذا الخصوص يقول ناجي السنباطي «إذا قلنا أن الصحافة المطبوعة مجالها الورق والحبر والطابعة، فإن الصحافة الرقمية مجالها الواقع الافتراضي أو ما يسمى بمنظومة الويب، وقد يطلق عليها الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على شبكة الويب، وإن كان ما ينشر على الشبكة يشمل العديد من المسميات التي يمكن أن يندرج تحتها مصطلح الصحافة مثل المنتديات والمواقع والنسخ الإلكترونية للصحافة المطبوعة والمدونات»، وشبكات الاعلام الاجتماعي التي اصبحت مصدراً واداة رئيسية لصحافة المواطن.

ومن أنواع صحافة المواطن على شبكة الإنترنت التالي:

• صحافة المواطن في المدونات الإلكترونية (البلوجر):

تعتبر المدونات الإلكترونية واحدة من أهم تطبيقات الإعلام الجديد، وهي عبارة عن موقع على الإنترنت يستخدم كصحيفة يوميات إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين مثل السياسة أو الأخبار المحلية او العالمية وغيرها. وتستخدم المدونة النصوص والصور والصوتيات وتضع وصلات لمدونات ومواقع أخرى، وخلقت المدونات الإلكترونية جوا من التواصل بين أناس لا يعرفون بعضهم البعض. وتحولت تلك الصفحات الفردية شيئا فشيئا إلى نوع من أنواع الصحافة الإلكترونية البديلة. وقد تنبهت الصحافة التقليدية إلى أهمية هذا النشاط مثل صحيفة (واشنطن بوست) و(نيويورك تايمز) وموقع (بي بي سي) وموقع (الجزيرة الإخباري) الأمر الذي دعاها إلى إنشاء صفحات للتدوين لصحافييها وقرائها تعتمد عليهم في تحرير وكتابة الأخبار.

ظهرت المدونات في بادئ أمرها في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1994، وكانت حينها على نطاق ضيق على شكل صفحات شخصية مفتوحة تحوي معلومات شخصية وأخرى عامة متنوعة، بعضها يكتب على شكل تقارير حول امور مختلفة، وبهيئة تشبه إلى حد ما الصحف الإلكترونية المتعارف عليه اليوم، مع تطور في أدوات الإدراج وطريقة العرض. والمدونات في الأصل هي صفحات خاصة على شبكة الإنترنت توفرها مواقع مجانية كموقع Blogger.

وتعتبر المدونات الإلكترونية منشورات على شبكة الإنترنت تتألف من مجموعة كتابات دورية مرتبة حسب أو عكس الترتيب الزمني. وتجمع المدونات بين النص والصورة والروابط الأخرى المتعلقة بالموضوع أو روابط متصلة بصفحات على الإنترنت تتحدث عن نفس موضوع المدونة. وكغيرها من وسائل الإعلام تركز المدونات الإلكترونية على مواضيع معينة كالسياسة، الأخبار المحلية، الاقتصاد، التغذية وغيرها.

وتنحو بعض المدونات الإلكترونية إلى الشكل الصحفي في طريقة الكتابة وتناول القضايا، وقد جاءت معها بأنماط غير مسبوقة في التطبيقات الإعلامية، ويجري جدل حول العلاقة بينها وبين الصحافة على خلفية قيام بعض الصحفيين بنشر صحافتهم عبرها.

وفي الحقيقة أنه بعدما كانت الكتابة في الإنترنت فردية وعشوائية، أصبحت تعمل الآن على شكل مجموعات منظمة في عدد من البلدان، وأصبح لكتاب المدونات تنظيماتهم المحلية والعالمية، وهناك الآن اتحادات عدة للمدونين تعقد اجتماعاتها الدورية لمناقشة قضايا المدونين. وغالبا ما يترك كتاب المدونات صفحات سيرهم الذاتية مفتوحة للجمهور، تضم يوميات أقرب إلى البوم الشخصي والصريح إلى درجة تجعل من يقومون بها يكتبون بأسماء مستعارة. وأحيانا، يحدد كتاب المدونات الأشخاص الذين يودون اطلاعهم على تفاصيل حياتهم وآرائهم وتجاربهم وصورهم وأحلامهم، حيث يمزجون عمدا بين المعلومات والآراء، كما يتوافق ذلك مع الربط بمصدر أو رابط مقالة ينصح بها كتاب اليوميات أو يعلقون عليها.

• **صحافة المواطن في المنتديات الإلكترونية:**

تعرف المنتديات الإلكترونية على أنها مرفق في الإنترنت يستخدم لإجراء المناقشات وتبادل الأخبار والمواضيع، وتعمل هذه المنتديات في كثير من الأحيان على تنمية المجتمع المحلي بمختلف الأصعدة. وتستخدم المنتديات الإلكترونية لعدة مواضيع مختلفة مثل الأمور السياسة والثقافية والتكنولوجية، ويحتاج استخدام المنتدى الإلكتروني إلى التسجيل في موقع المنتدى حتى يتمكن المستخدم من المشاركة فيه، ويحتوي المنتدى على لوحات لكتابة المواضيع ولوحات للتعليق على المواضيع ولوحات للإعلانات ومجموعات نقاش.

وتخضع المشاركات والتعليقات في المنتديات الإلكترونية إلى ضوابط وشروط يفرضها صاحب المنتدى على المشاركين وتعتمد عملية مراقبة الالتزام بهذه الضوابط والشروط على مشرفي المنتدى.

ويعتبر دان غليمور مؤلف كتاب We The Media أن المنتديات الإلكترونية أحد التحركات الإعلامية التي تدخل ضمن نطاق الصحافة الإلكترونية، وأن هناك نوع من أنواع الصحافة الحقيقية تسير في داخل المنتديات الإلكترونية ومجموعات الحوار. وبموجب ذلك فإن المنتديات الإلكترونية ومجموعات الحوار تتيح للمواطنين مناقشة بعض المواضيع من منظور ضيق ومحدد للناس التي تعتمد الحصول على الأخبار والمعلومات من هذه التجمعات على الإنترنت. وكثيرا ما يتم عرض الكثير من الأفكار الجديدة أو نشر الأخبار التي لم يتم الإبلاغ في أي مكان آخر في المنتديات ومجموعات النقاش.

وتعتبر مواقع المناقشة والمشاركة نوعا من أنواع الصحافة الإلكترونية التي تستخدم لتبادل الآراء والموضوعات والقصص وغيرها، وتعمل هذه المواقع على تلبية حاجات الجمهور للاتصال من خلال تنظيم مناقشات حول أي محتوى لتقديم خبراتهم كخبراء محتملين للمعلومات في بنية وسائل الاتصال العالمية يقدمون اتجاها جديدا للصحافة.

المنتديات الإلكترونية أصبحت صحافة بالفعل وهي جاءت كمتنفس لفئة معينة من الشباب للاستفادة من كل من يسمع له ويشاركه همومه وتطلعاته وللاستزادة في مجال العلم والأدب والسياسة والثقافة. في الحقيقة أصبحت المنتديات الإلكترونية وسيلة سريعة وسهلة وغير مكلفة لنشر الأخبار وترويج الأفكار، ونشر البيانات الصحفية المكتوبة والمصورة بل وأصبحت وسائل الإعلام التقليدية بما في ذلك وكالات الأنباء تلجأ لما تكتبه وتعيد بث الصور التي تعرض فيها، ومؤخرا أصبحت الكثير من المواقع الصحفية على الإنترنت توفر أنواعا مختلفة من المنتديات، إما كمنابر منفصلة يطرح فيها موضوع معين ويطلب من القراء التعليق عليه، أو إتاحة مساحة داخلية لتعليق على ما ينشره الموقع من كتابات مختلفة.

كما حققت المنتديات الإلكترونية مستوى شعبي وعالمي مماثل لوكالات الأنباء ومحطات التلفزيون والصحف التقليدية ونجد هذا الأمر واضحا في الولايات المتحدة الأمريكية واوروبا الغربية وفي الوطن العربي، ورغم تراجع متابعتها في بعض الدول العربية إلا انها ما زالت حاضرة وبقوة في العديد من الدول العربية.

• **صحافة المواطن في مواقع الويكي Wiki:**

تعرف «الويكي» بأنها مواقع لمصادر الأخبار المجانية على شبكة الإنترنت يسمح لأي شخص بكتابة الأخبار، وقد تأسست عام 2001 على مبدأ مفاده أن كل شخص تقريبا لديه بعض المعرفة التي يستطيع مشاركتها مع الآخرين للمساعدة في بناء جهد تعليمي تعاوني مع الآخرين إيمانا بأن التعلم من حق الجميع وفي الوقت نفسه لدى كل شخص بعض من العلم الذي يتوقع أن ينقله للآخرين. وفي عام 1995 تم إنشاء أول موقع ويكي وهو «wiki wiki web» والذي شكل مجتمعا متعاونا ومفتوحا للجميع للمشاركة في نقل الأخبار والمعلومات وتطويرها وزيادة محتويات الموقع إلى أقصى حد ممكن.

ويعتبر موقع موسوعة «ويكيبيديا» على الإنترنت مصدر مفتوح للتطبيقات الإخبارية، فالكتابة والتحرير في ويكيبيديا يتم عبر مجموعات مختلفة جغرافيا من المنتظمين الذين يشاركون في إدارة الموقع وفي مراقبة كل ما ينشر من مقالات، ومن أهم تطبيقات هذا الموقع هي (ويكي نيوز) الذي يعتمد على جمع الأخبار آليا وهو يعتمد على تقديم الأخبار لحظة نشرها على شبكة الإنترنت مع القدرة على تصحيحها وإضافة المزيد من المعلومات حولها من خلال أي شخص على الإنترنت.

وحظيت الويكيبيديا باهتمام كبير من قبل متابعي الأخبار العالمية وخصوصا بعد أن نالت السبق الصحفي في نشر معلومات موثقة عن انهيار مركز التجارة العالمي في 11 سبتمبر 2001.

• **صحافة المواطن في المجموعات البريدية:**

ونقصد بالمجموعات البريدية هنا هي «مجموعة ينشئها شخص باستخدام بريده الالكتروني الشخصي، الذي يشترط أن يكون خاصا بالموقع الذي سينشئ عليه المجموعة، على أحد مواقع استضافة البريد الالكتروني والمجموعات، ثم يختار اسما مميزا لمجموعته، سيظهر مع كل رسالة تصدر المجموعة إلى الأعضاء. وتسمح هذه الوسيلة من وسائل التواصل الالكتروني بمنح عضوية المجموعة لعدد هائل من الأشخاص الذين يقطنون في أماكن مختلفة من شرق العالم وغربه، تبعا لشروط الموقع الذي تنشأ المجموعة البريدية بواسطته. ومن خلال هذه المجموعة يمكن تبادل الرسائل الالكترونية التي تتضمن المواد النصية، والصوتية والبصرية، بين جميع أعضاء المجموعة في وقت واحد؛ فتصل المواد المرسلة إلى جميع الأعضاء بمجرد ارسالها، الأمر الذي يجعل من هذه المجموعات البريدية منبرا معلوماتيا ضخما ينافس المنابر الإعلامية الإلكترونية الأخرى وبقوة.

لقد أظهرت تقنية الإنترنت مصدر جديد من مصادر المعلومات ألا وهي المجموعات البريدية التي أتاحت للمشتركين بها نشر وتوزيع المعلومات والأخبار ذات الاهتمام بطريقة سريعة مع العلم أن بعض تلك المجموعات تتيح الفرصة للباحثين عن المعلومات من الاستفادة من تلك الرسائل والأخبار الإعلامية التي تحتويها تلك المجموعات علما بان البريد الإلكتروني يستخدم كوسيلة توزيع، مثال على ذلك «مجموعات ياهو البريدية – مجموعات جوجل البريدية».

وانتشرت المجموعات البريدية على مواقع البريد الإلكتروني في الوقت الحاضر كمصدر من مصادر المعلومات ونقل الآراء والمواضيع على شبكة الإنترنت، فتنوعت مختلف قضاياها ومحتواها، فأصبحت

مجلسا لتبادل الأحداث والأخبار. كما أصبحت المجموعات البريدية وسيلة أيضاً لنشر الخبر قد تكون أسرع وأهم عند البعض من المواقع الإخبارية الكبيرة على الإنترنت، وإن كان دور المجموعات البريدية برز بشدة في عمل الحملات الإلكترونية مثل الحملة التي قامت بها مجموعتا القلوب وحوار ضد الشركة المصرية للاتصالات.

وتحولت المجموعات البريدية إلى وسيلة إعلامية يستخدمها القراء ومستخدمي الإنترنت لتحريك الرأي العام في المجتمعات والنخبة والمسؤولين لعرض آرائهن حول المشاكل والقضايا المختلفة التي يعيشونها.

وتختلف اهتمامات المجموعات من مجموعة إلى أخرى، فهنالك مجموعات تهتم بنقل الأخبار والتعليق عليها، وأخرى تهتم بكل ما هو جديد في جميع مجالات الحياة، بينما تهتم أخرى بتناقل الفكاهات واللقطات المصور، ويستسقي الأعضاء معظم المواد المرسلة من مواقع الانترنت المختلفة من واقع اهتماماتهم الإخبارية منها والمنتديات والبريد الالكتروني والصحف الالكترونية وقصاصات الصحف وكذلك الخبرات الشخصية وغيرها، لتصبح أكثر فاعلية وفائدة من الاستخدام الفردي لشبكة الانترنت.

بعض هذه المجموعات تكون متخصصة وبعضها غير متخصص حسب رغبة منشئيها وهدفهم منها، فمثلاً هناك من ينشئ مجموعة للمهندسين فقط يتبادلون فيها مختلف المعلومات الهندسية، وتبادلها فيما يفيد عملهم. ومن أهم مميزات المجموعات البريدية تضمنها لعدد غير محدود من الأفراد من كل الجنسيات حول العالم، الأمر الذي يساهم في رفع المستوي الثقافي والتوعية في المجتمعات.

صحافة الموبايل:

«صحافة الموبايل او ويب موبايل» هو مصطلح يشير إلى استخدام التطبيقات المتصلة بالإنترنت، أو الوصول استنادا إلى مستعرض للإنترنت من جهاز محمول، مثل الهاتف الذكي، أو جهاز الكمبيوتر اللوحي، متصلا بشبكة لاسلكية.

ويعد التوجه نحو استثمار استخدامات الهاتف المتحرك، الأبرز في المشهد الإعلامي الجديد، خاصة مع انتشار الهواتف الذكية، وازدياد الإقبال على الهواتف المتحركة واستخداماتها في منطقة الخليج العربي، فأصبحت التطبيقات الإلكترونية للعديد من الصحف الجماهيرية، والقنوات التلفزيونية والشبكات الاجتماعية ، تتوافر بشكل متزايد على أجهزة (أي باد) والهواتف المتحركة المتقدمة، التي تعمل بانظمة الـ iOS و الاندرويد خاصة مع ازدياد توجه الجمهور، لقراءة الصحف عبر الشبكات الإلكترونية الثابتة والمتحركة.

في يومنا بات الاعتماد على الهاتف النقال من قبل الصحافيين ووسائل إعلام مركزيا وأساسيا، فلا يكاد على سبيل المثال يمر يوم دون ان نرى على شاشة القنوات الفضائية مقابلة عبر الهاتف النقال، وخاصة في ظل الاوضاع الامنية المعقدة في بعض الدول العربية.

للنقال عند الاعلاميين استخدامات كثيرة تسهل عملهم وخاصة أولئك في الميدان، فقد حل الموبايل

في عصرنا محل برنامج « وورد» حيث يستطيع الاعلامي استخدامه لكتابة خبر متكامل، هذا الى جانب تجهزي التقرير كتابة وصورا من خلال الموبايل وارساله الى المؤسسة الاعلامية لنشره على وجه السرعة في عصر السرعة والتنافس بين وسائل الاعلام.

ومن خلال الموبايل بالإمكان استخدام البريد الالكتروني ايضا، هذا الى جانب مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر وغيرها، امور من شانها ان تسهل عمل الصحافي في وقت بات يتطلب ذلك.

لقد ظهر مفهوم «الديمقراطية المحمولة» Mobile Democracy التي يشتق اسمها من الهاتف المحمول) بفضل التقدّم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية وتطوّر خدمات رسائل المحمول القصيرة SMS، وتعدّد أدوات التصوير الرقمي وانتشارها بين أيدي الجمهور، وذيوع تصفّح الإنترنت، وظهور تقنية إرسال الأخبار الفورية مباشرة إلى الجمهور التي تحمل اسم «آر إس إس» RSS والتي يمكن الحصول عليها أيضًا من طريق الهاتف النقال وغيره.

وتشير الديمقراطية المحمولة إلى ممارسة الفرد العملية السياسية وحقوقه المدنية من طريق أدوات الاتصال المحمولة مثل الهاتف الجوّال والمساعد الرقمي الشخصي والحاسوب المحمول «لاب توب» وغيرها. فمثلاً، يمكن استعمال الهاتف المحمول للمساهمة في حشد التجمعات وتصويرها، ثم إرسالها للآخرين أو نشرها على المدونات الشخصية Web blogs على الإنترنت، كما اطلقت العديد من القنوات الاخبارية تطبيقات خاصة تطلب فيها من المشاهدين مشاركة ما يلتقطوه من صور وافلام يتم بثها مباشرة عبر القنوات وفي نشراتها الاخبارية بل تعدى الامر لتخصيص برامج خاصة تتناول ما تستلمه القنوات من المواطنين والمشاهدين.

وبفضل وسائل الديمقراطية المحمولة المختلفة، تحقق حلم المجتمع المدني في الحصول على وسيلة اتصال جماهيرية تتصف بالصفات الآتية:

× ثلاثية الاستخدام السياسي» (بوليتيكال تريبل بلاي) Political Triple-play، حيث يستطيع الفرد صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله، وذلك بالاستفادة من إمكانات الهاتف الجوال وقدرته على التصوير والاتصال بالإنترنت وغيرها من الخدمات المختلفة.

× القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان؛ وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة وبمرونة فائقة. وهذه الخاصية مهمة جدًا لتمكين الجماعات شبه المتنقلة وقاطني المناطق النائية من المشاركة السياسية.

× المشاركة الشخصية : تعتبر «الديمقراطية المحمولة» عملاً فرديًا تطوعيًا حرًا غير خاضع لتوجهات منظمات معينة، بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافًا لوسائل الاتصال التقليدية.

• صحافة المواطن في شبكات التواصل الاجتماعية:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعية (الفيسبوك ، تويتر، الانستقرام، السناب شات .. الخ) أحد المنصات الإعلامية التي تستخدم لتقديم أركانا خاصة للمستخدمين لعرض لمحات من حياتهم الشخصية وصورهم ومدوناتهم وعرض الأخبار والمعلومات بسرعة كبيرة في أي وقت وأي مكان، وقد برز هذا النوع من الصحافة خلال العامين الماضين وفي ظل الاحداث التي شهدتها المنطقة العربية

والتي لعبت فيها شبكات التواصل دوراً بارزاً.
وقد دفع التطور التقني الهائل في العديد من المنظمات والهيئات الإعلامية باستقطاب هذا النوع المغاير من الصحافة أملا في جذب عدد أكبر من الجماهير لمواقعهم الإخبارية الإلكترونية واصبحت جميع المواقع الاخبارية متصلة بشبكات التواصل الاجتماعية بمختلف انواعها.
وقد نشأ مصطلح صحافة المواطن في إطار ما عرف بالإعلام الجديد كظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر الجمهور بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها.
وبحسب الكاتب والاكاديمي السعودي مبارك بن زعير لم تكتف الوسيلة الإعلامية الجديدة بالسماح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي المتنوع من نصوص إلى صور وملفات صوتية ولقطات الفيديو التي انتشرت خلال العامين الماضيين بشكل يستوجب الوقوف أمام الموقف الاتصالي لتدبر أبعاده ودراسة تأثيراته.
فقد انتشرت المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل ملفات فيديو شخصية وعامة بضوابط معينة ليراها الجميع في أنحاء المعمورة، وتحول المستخدم إلى منتج إعلامي بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة مثل كاميرات الهاتف النقال وغيرها، حيث ينتج ويبث ما يريد على الإنترنت.
«تتميز ظاهرة الإعلام الجديد بقدر عالٍ من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الإنترنت محصورة في دائرة رجع الصدى، لكن العلاقة تحررت بعد ظهور المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي»
الإعلام الجديد يتصف بالديناميكية والتغير المستمر، مما يؤكد أن مستقبل تلك الظاهرة يدفع للتقارب بين وسائل الاتصال، فوسائل الإعلام أصبحت تتقارب وتتكامل دون أن تنفي إحداها الأخرى، وهذا التقارب يحدث مع ارتفاع درجة توفر المعلومات، وتيسير بثها والحصول عليها، وارتفاع درجة التنافسية بين الوسائل الإعلامية المهنية وغير المهنية في ما يتعلق بالتعاطي مع الحدث والمصداقية.
كما تتميز ظاهرة الإعلام الجديد بقدر عالٍ من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الإنترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم بثه أو نشره من خلال المواقع الإعلامية الإلكترونية، التي تعبر عنها أشكال تفاعلية مثل «ارسل تعليقا»، و«تواصل معنا»، و«سجل الزائرين»، على سبيل المثال.

وانتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات والمجموعات البريدية، ولكن لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة، إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع الفيديو التشاركية، والموسوعات الحرة مثل (ويكيبيديا)، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

وتجسد هذه المرحلة انقلاباً لنموذج الاتصال التقليدي، بما يسمح للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل، وفق النموذج الاتصالي القديم.

أهمية صحافة المواطن

إن واقع صحافة المواطن وأنماط الإعلام الجديد يمثل انتفاضة واضحة من جانب المستخدمين والجمهور معاً بشأن المحتوى المنتج، فلم يعد الاهتمام مقتصراً على المحتوى المؤسسي، ولكن تجاوز ذلك إلى المحتوى المنتج من قبل المواطنين أو المهتمين بالمدونات، وهذا خير دليل على بروز ذلك الاتجاه، حيث برزت أهمية عدد من المدونات لما تقدمه من محتوى قد لا يكون موجوداً عند غيره من وسائل الإعلام الأخرى.

«ساهم التطور النوعي الذي أحدثه الإعلام الجديد في إنشاء مجتمعات عدة، وإن كان يغلب عليها الطابع الافتراضي، إلا أنها تؤدي الوظائف والأدوار التي تقوم بها المجتمعات الفعلية».

وقد تهيأ لصحافة المواطن واقع جديد، وعوامل عديدة أدت لنشأتها ونشاطها وتوسيع آفاقها، منها سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في الوقت نفسه، وتحفيز الأفراد لأن يكونوا أكثر فاعلية للحصول على المعلومات.

وساهم هذا التطور النوعي في إنشاء مجتمعات عدة، وإن كان يغلب عليها الطابع الافتراضي، إلا أنها تؤدي الوظائف والأدوار التي تقوم بها المجتمعات الفعلية، وذلك بالإضافة إلى أنه ومن خلال هذه المجتمعات يتم تشارك الاهتمامات والاحتياجات بين الأفراد عبر أدوات الإعلام الاجتماعي.

وقد جاءت شبكة الإنترنت الجديدة لتسمح بالتبادل الثقافي في مختلف المجالات بسهولة ويسر، لذلك تعد تلك الشبكة هي النموذج الأمثل الذي يجسد العولمة بكل ما تحمله من معنى.

المسؤولية الاجتماعية:

الفرص التي يتيحها الإعلام الجديد ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمسؤولية الاجتماعية، فصحافة المواطن تعزز الترابط والتكامل مع أفراد المجتمع، بما يتيح فضاءً عاماً صالحاً لتبادل الحوار والتلاقي والتواصل، وتشكيل جسد عام دون اعتبار للفروق الاجتماعية التي تكون بينهم.

وهنا يعمل الإعلام الجديد عبر مجموعة من الأدوات كالمدونات والمنتديات والشبكات الاجتماعية باعتبارها منبراً لتوفير بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء وخاصة من جانب الشباب تجاه مختلف القضايا.

«النمط الإعلامي الجديد حوَّل المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية، وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده، وخطا بهم من مرحلة الجمهور إلى المرسل النشط للمضامين الإعلامية».

وقد بدأت الصورة تتغير مع قدوم هذا الوافد الجديد، فصار هناك مجال للرأي والرأي الآخر، وبات الإنسان العربي يسأل نفسه بعد التعرض لهذه الوسائل: ماذا يقول الطرف الآخر؟ وتمتد يده بحثاً عن الوسيلة التي تمثل وجهة نظر الآخر، فيتعرض لها ويتبادل المناقشة مع أقرانه عن مختلف القضايا التي تهمه.

فهذا النمط الإعلامي الجديد حوَّل المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية، وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده، وخطا بهم من مرحلة الجمهور النشط إلى المرسل النشط للمضامين الإعلامية، واستطاع إغراء كثير من مستخدمي الإنترنت على مختلف توجهاتهم ومستوياتهم الثقافية، وتمكن من تحويلهم من مستخدمين عاديين يتلقون المعلومة إلى صانعين لها وبلغة وجيزة ومؤثرة.

ويبدو أن أدوات الإنترنت الجديدة وخدماته شكلت معايير وقيماً جديدة، لم تكن مألوفة في هذا الواقع، فقد وفرت فرصة عظيمة للشباب للتحرر من الإعلام الداخلي أو الموجه، وكذلك ملاحقة المعلومات في أي وقت وبكل سهولة ويسر.

ويرى بعض الناس أن هذه الحالة الإعلامية الجديدة لها آثار اجتماعية كبيرة، حيث تحدث متغيرات في قوى الإنتاج عبر الثورة الإلكترونية، مما قد يتناقض مع قيم المجتمع، إلى جانب انتشار البطالة وإهمال البعد الاجتماعي والإنساني، واستيعاب النفوذ الاجتماعي بزيادة تفككه، وإيجاد عادات وأعراف اجتماعية جديدة، وتقليص الخدمة الاجتماعية وإضعاف مسؤولية الدولة وإيجاد التوتر الاجتماعي والغربة واللامبالاة لدى الأفراد.

إضافة إلى أنها تساعد وتؤدي إلى صياغة ثقافة عالمية لها قيمها ومعاييرها، هي ثقافة السوق وتجاوز الثقافة النخبوية وسلب الخصوصية وقطع الصلة بين الأجيال الجديدة بماضيها وتراثها، والتأكيد على الجانب الفردي والنجاح الفردي، وتهميش الثقافة الوطنية واحتكار الصناعة الثقافية.

فانفصال أدوات الإنترنت الجديدة عن أي قيم أو ضوابط مجتمعية، أصبح عنصر جذب للشباب الساعي إلى الحضور المجتمعي بشكل معين، وتكوين طباع وصفات مختلفة، فهذه الأدوات أتاحت للشباب الظهور بالشخصية المجتمعية التي يريدها ويصورها خياله، حتى إن كانت في مجتمع افتراضي فهو يتعامل على هذا الأساس، لأن هذا المجتمع يوفر له كافة أشكال التفاعل وأوجه الحرية التي يفتقدها في حياته الواقعية.

ومن جانب آخر، فإن هذه الأدوات قد يكون لها دور كبير في تعزيز مكانة الفرد في واقعه المجتمعي الفعلي، فهي تقرب المسافات وتيسر الاتصال والتواصل والتفاعل في أي وقت.

وهناك دراسات تناولت عزلة الفرد داخل العالم الافتراضي، والتفاعل اليومي داخل الشبكات الاجتماعية، فعلى الرغم من أن الفرد يصبح كائنا عالميًّا في تواصله الافتراضي، فإنه يصبح منعزلاً عن الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه ويحيط به، فضلا عما يمكن أن تسببه بعض مواقع التعارف الإباحية أو مواقع الإرهاب وما إلى ذلك من مواقع، مما يؤثر في عقلية وفكر الشباب ونظرته إلى قضاياه ومجتمعه.

أما الإيجابي، فلقد ساهمت هذه الظاهرة في إيجاد أطياف أخرى، وفرص مهمة لمعرفة الحقائق عن قرب، والتعرف على حياة الشعوب، وساهمت في تنمية وعي الأفراد والمجتمعات، وأطلعتهم على عوالم لم يكن من الممكن الاطلاع عليها لولا هذا الإعلام الجديد، وهذه الثورة التكنولوجية المعاصرة.

ورغم التخوف الذي يبديه البعض من الباحثين من تأثيرات ثورة الاتصال، فإن هناك من يدافع ويؤيد ذلك الاتجاه، حيث يرون أن آثار ثورة الاتصال تفيد في الانفتاح الذي يؤدي إلى اكتشاف نقاط الضعف والخلل في بنية العلاقات المتبادلة بين الشعوب والأمم والحضارات والثقافات المختلفة.



خصائص الصحافة الإلكترونية

تتيح الصحافة الإلكترونية عددا من الخصائص التي تتيح للمحرر والقارئ في نفس الوقت عددا من الامكانيات مثل:

1. التفاعلية والمشاركة: ويقصد به التفاعل والتحاور المباشر مع القارئ من خلال عرض آرائه مباشرة من خلال الموقع، وكذلك المشاركة من خلال عملية اتصالية مزدوجة بين المحرر والقارئ في منتديات الحوار بين المستخدمين على سبيل المثال والمحادثة حول مواضيع يتناولها الموقع أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع، بالإضافة إلى المشاركة في الاستفتاءات وفي المنتديات الإلكترونية الحوارية والقوائم البريدية والتعليق عبر شبكات الاعلام الاجتماعي.

2. العمق المعرفي: تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، حيث تستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية بانتقال القراء بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها مثل تصفح موضوعات صحفية أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف، والعودة لأرشيف الصحيفة لاستعادة الأعداد القديمة وغيرها.

3. سهولة التعرض: حيث يزداد إقبال الجماهير على الوسائل الإعلامية التي تعرض مواد سهلة

اللغة والوسائط المتعددة التي لا تحتاج إلى مجهود عقلي وجسدي لاستيعابها.

4. سهولة التوزيع: يستطيع القارئ أن يتعرض إلى الإنترنت 24 ساعة وفي أي مكان في العالم بعكس الصحافة الورقية التي يضطر قرائها إلى الانتظار يوما كاملا من أجل الحصول على العدد التالي .

5. المباشرة أو الفورية: ويقصد بذلك تقديم خدمات إخبارية آنية فور وقوع الحدث، حيث تنشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث مما يجعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون بل أنها أصبحت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة.

6. الحفاظ على البيئة: النشر الإلكتروني يقلل من استخدام الورق وهذا يعني الحفاظ على الأشجار التي تقطع عادة وتحول إلى أوراق.

7. التوفر: حيث نجد المادة التي نحتاجها في أي وقت وأي مكان.

8. التنوع وتعدد الوسائط: حيث تتيح الصحافة الإلكترونية أشكال وبدائل متنوعة ومتعددة لعرض المادة من خلال تكوين نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطا مختلفة من المصادر والوسائل الإعلامية ترتبط جميعا بشبكة من المراجع. إن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تقدم الصوت والصورة والنص بشكل مترابط ومنسجم .

9. المرونة: ونقصد بها قدرة الصحيفة على الجمع بين عدة أشكال من الإنتاج الصحافي كالنص المكتوب والمسموع والمرئي في وقت واحد.

10. التمكين: في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعمليات الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة فالقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها، فلو أراد أن يعلق فالمجال مفتوح أمامه، ولو أراد الانخراط في نقاش حول القضية سيجد ساحات المناقشة مفتوحة، ولو كانت لديه أسئلة تحتاج إجابات، فبإمكانه توجيه أسئلة لخبراء على الموقع. هذا الوضع يعني أن الجمهور بإمكانه اللعب۔ إن جاز التعبير۔ داخل القصة الإخبارية ومكوناتها من الوسائط المتعددة والربط بالأخبار الأخرى والمعلومات الخلفية، الأمر الذي ينقله من مجرد الاستقبال التمكين وممارسة قدر من السيطرة على المعلومات.

11. الشخصنة: لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، ويعد هذا الأمر في حكم المستحيل حتى الآن، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الصورة التي يريد أن يرى بها الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخر، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق

مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه، وهذه الخاصية منتشرة بكثرة في بعض مواقع الإنترنت الإخبارية ، وهي خدمات تجعل زائر الموقع ـ يشخصن ـ أو يقوم بعمل نسخة شخصية خاصة به من الموقع حسب اختياراته.

12. الحدود المفتوحة وتوسيع دائرة النشر: في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، كما يمكن للقارئ من خلال زر ـ إرسال للصديق ـ التي تتيحها الصحف الإلكترونية أن يرسل القارئ الموضوع أو المقال الذي يعجبه ويريد نقله لأصدقائه ليصل الموضوع فورا، وبالتالي تتزايد معدلات النشر للمادة الواحدة من خلال هذه الطريقة.

13. السرعة واختصار الوقت: حيث لا يحتاج المتصفح إلى وقت كبير للبحث عن المواضيع فكل ذلك يمكن أن يتم في دقائق. كما وفرت الصحافة الإلكترونية إمكانية تعديل وتصحيح المادة المنشورة وبسرعة حيث لا تحتاج المادة المنشورة إلكترونيا إلى إعادة طباعة المادة مرة أخرى فكل ما يحتاجه هو تعديل المادة فوريا بواسطة معالج الكلمات أو برامج النشر المكتبي.

وظائف الصحافة الإلكترونية

يمكن القول أن وظائف الصحافة الإلكترونية ومهامها لا تختلف كثيرا عن الوظائف التي حددها علماء الإعلام للصحافة المطبوعة وغيرها من وسائل الإعلام المعاصرة، وإن كان الأمر يختلف من حيث الفاعلية النسبية للصحافة الإلكترونية في أداء كل وظيفة على حده، طبقا لطبيعتها الخاصة بمستوى الانتشار والمهارات المطلوبة للتعامل معها وتفوقها النوعي في بعض الجوانب وتراجعها في بعض الجوانب الأخرى.

وبشكل عام يمكن القول أن الوظائف التي تحاول الصحافة الإلكترونية القيام بها لا تخرج عن الوظائف الثمانية للإعلام المعاصر.

خدمات الصحيفة الإلكترونية

تتفاوت الخدمات الأساسية التي يقدمها الموقع من صحيفة إلى أخرى، وتنحصر أغلب الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية فيما يلي:

1. خدمة البحث سواء داخل موقع الصحيفة أو في شبكة الويب كلها.
2. خدمة قراءة عدد اليوم أو الأعداد السابقة من النسخة المطبوعة.
3. خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية او الاطلاع على النسخة المصورة.
4. خدمة تقديم الإعلانات سواء في الموقع أو في الصحيفة الورقية.
5. خدمة الارشيف.
6. خدمة إرسال بريد إلكتروني الى القائمين على الصحيفة.
7. خدمة الاشتراك في إنشاء بريد إلكتروني خاص على الموقع لاستقبال نشرات إخبارية يومية للمستخدم.
8. خدمة الحوار مع المحررين (messenger - chat)
9. خدمة التعليق على الخبر.
10. خدمة الربط بالمواقع أو المواضيع ذات الصلة.
11. الأبواب الرئيسية للصحيفة.
12. عناوين وملخصات قصيرة لأهم ما يحتويه العدد من أخبار.
13. الإعلانات.
14. قائمة بالموضوعات التي يحويها العدد مصنفة طبقا للموضوع أو المناطق الجغرافية.
15. خدمة جعل الموقع صفحة البداية للمستخدم – Make this site your home page.
16. خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا – FAQ.
17. خدمة المعلومات عن الصحيفة إداريا وتحريريا.
18. خدمة الأخبار الموجودة على ملفات صوتية وملفات الفيديو.
19. خدمة إرسال الخبر الى صديق.
20. خدمة إرسال رسائل sms بالأخبار المتخصصة الى الهاتف النقال.
21. خدمة مشاركة الاخبار مع شبكات التواصل الاجتماعية.

أخلاقيات العمل الإعلامي الالكتروني

إن وجود الصحافة الالكترونية قد أثار عدة قضايا وطرح عدة تساؤلات يتمثل أهمها في ما يلي:

1.قضية الرقابة على المادة الصحفية المنشورة الكترونيا.

2.قضية حرية الصحافة من حيث اعتبار النشر الالكتروني دعما لمبدأ حرية الصحافة بعيدا عن المعايير التي يلتزم بها الصحفي في الصحافة التقليدية.

3.هل يكون النشر الالكتروني منفذا للممنوعين من إصدار صحف مطبوعة لمختلف الفصائل السياسية؟

4.هل سيلغي النشر الالكتروني مصطلحات الصحف التقليدية كالصحف الإقليمية التقليدية، والمحلية والوطنية، الخ.؟

5.هل ستصبح الصحف الالكترونية بديلا لكثير من قراء الصحف الورقية فينخفض بذلك تأثير هذه الأخيرة على قرائها، و تقضي بالتالي على الصحافة التقليدية ؟

6.هل ستلغى علاقة النشر عبر الشبكة بحقوق المؤلف و الرقابة على المصنفات؟

7.هل تحقق الصحف الالكترونية التزامها بالمعايير الأخلاقية؟

إن ما سبق من هواجس، يعتبر جملة من النقاط التي تشغل بال الباحثين والمهنيين وصناع القرار في الكثير من البلدان وخصوصا ان عالمنا يطرح وسائل أخرى متجددة بدأت تفرض نفسها على الواقع الحالي والمستقبل القريب، ومن هذا المنطلق، يمكن القول أنه يجب على كل صحفي إلكتروني أن يشعر ببعض المسئولية الاجتماعية والتي يمكن تحديدها في النقاط التالية:

- أن يدرك الصحافي أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.
- أن يدرك بأن خدمة المصلحة العامة تستوجب الالتزام بعكس تنوع المجتمع وحمايته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث.
- توفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- أن يسعى وبإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة، وفي سياقها، وعلى أكمل وجه دون تشويه مع اجتناب تضارب المصالح.
- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى دون سرقة من الغير ودون كذب.
- عدم التلاعب بالصور والأصوات وإعلام الجمهور إن سبق عرضها.
- التعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق، وأن يظهر تعاطفا خاصا مع ضحايا الجرائم أو المآسي والأطفال.
- إعداد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على انحياز شخصي.
- احترام الحق في محاكمة عادلة للمتهمين.
- التعريف بمصادر المعلومات كلما أمكن ذلك. ويمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما

يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة، أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها. وفي هذه الحالة يجب عليه الالتزام بحماية المصدر السري.

•أن يستخدم الأدوات التقنية بمهارة وتفكير، متجنبا التقنيات التي تشوه الحقائق، وتزور الواقع، وتخلق إثارة من الأحداث مع الإشارة إلى الرأي والتعليق.

•أن لا يشارك في نشاطات قد تؤثر على صدقية واستقلالية الأخبار.

•جمع ونقل الأخبار دون خوف أو تفضيل، ومقاومة بشدة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية، من ضمنها المعلنين ومصادر المعلومات وعناصر الخبر والأفراد ذوي النفوذ والجماعات ذات المصالح الخاصة.

•مقاومة أية مصلحة شخصية أو ضغط من الزملاء يمكن أن يؤثر على الواجب الصحافي وخدمة الجمهور حتى لو كان مالك المؤسسة لان هذا من حقوق حرية الصحافة.

•السعي للحصول على دعم أوفر لفرص تدريب الموظفين على صناعة قرار أخلاقي.

•الالتزام بمسؤوليته اتجاه مهنة الصحافة الإلكترونية

إيجابيات الصحافة الإلكترونية

تتميز الصحافة الإلكترونية بعدة إيجابيات من أهمها:

1. وفرت الصحافة الإلكترونية لكل صاحب فكر وعقيدة أن يعبر عن أفكاره ومعتقداته وإعطائه الفرصة لصناعة الخبر من خلال التحدث عن قضايا مجتمعه وحياته اليومية بشكل علني دون عقبات أو قيود مما يعزز من مفهوم الديمقراطية في المجتمعات .
2. السرعة في نقل الأخبار بالصور وقت حدوثها وأحيانا نقل الحوار بالصوت أو تصوير الحدث بالفيديو وبثه على مدار 24 ساعة دون انتظار لمواعيد الصدور والطباعة أو التأثر برحلات الطيران أو شركات التوزيع وبالتالي أنهت الصحافة الإلكترونية واحدا من أبرز الثغرات الصحفية التقليدية .
3. عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين إنما يمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم
4. أتاحت الصحف الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة
5. تحديث الأخبار والمعلومات على مدار الساعة
6. تمتلك الصحافة الإلكترونية عوامل جذب وإبهار متعددة فهي تتيح للمتصفح استخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت من خلال القراءة والمشاهدة والاستماع.
7. بالنسبة لطاقم الصحيفة فإن التكاليف المالية للبث الإلكتروني للصحف عبر شبكة الإنترنت أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فهي لا تحتاج الى توفير المباني والمطابخ والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال، أما بالنسبة للقراء فمعظم الصحف الإلكترونية متاحة للقراء بالمجان.
8. يمكن أن تستفيد الشركات المعلنة من تقنيات النشر الإلكتروني في الترويج عن نفسها بكثافة حيث يمكن أن تقوم بعض الصحف الإلكترونية بتكرار نشر الإعلانات التي تكون على شكل يافطة Banner على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية الأمر الذي لا نجده في الصحيفة الورقية.
9. البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري الذي يوفره موقع الصحيفة.
10. تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يقدم مزودا بكل الوسائط السابقة إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع إلى الخبر صوتيا.
11. منحت تقنيات الصحافة الالكترونية عملية رجع الصدى (Feed Back) حيث أصبح من الممكن التفاعل بين الصحف والقراء. ويمكن أن يجد متصفح الموقع صفحات تتضمن الطلب

من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه.

14. خلقت الصحافة الالكترونية المجتمعات المتجانسة التي عملت على خلق ديمقراطية متجانسة محلية عربية ودولية، كما خلقت القدرة على اختراق الحدود والقارات بشكل فوري وقليل التكاليف.

12. الصحافة الالكترونية لا تقتصر على شريحة معينة بغض النظر عن اللون والجنس والجنسية والحزب السياسي والديني والفقير والغني والمسئول والمواطن، سواء بالقراءة أو المشاركة أو إبداء الرأي، فيقوم الصحفي وبدون رقابة حكومية، بطرح مشاكل مجتمعه وسبل حلها وآراء المواطنين واقتراحاتهم، وانتقاداتهم.

13. منحت الصحافة الإلكترونية فرصا لنشر الأفكار الجديدة ورفع مستوى الوعي في المجتمع ومنحت الجمهور مجالا واسعا جدا لممارسة حق المعرفة والاطلاع.

15. رفعت الصحافة الإلكترونية من سقوف الحريات وألغت مقص الرقابة بجميع أشكالها، وطورت من الأداء المهني للصحف والصحفيين، ووسعت دائرة القراءة والمعرفة وخرجت بالصحف إلى خارج حدود الدولة وهو ما انعكس ايجابيا على المواطنين في ممارسة حقهم في القول والتفكير والتعبير عن أراءهم بكل جرأة وحرية.

16. تعطي القارئ الفرصة لقراءتها ومتابعة التطورات التي تطرأ على الأخبار في أي وقت وأي مكان فالصحف الإلكترونية لا تعترضها عقبات جغرافية في حال التوزيع والنقل والشحن فهي متاحة في كل مكان يتوفر فيه الإنترنت. ولم يعد المواطن ينتظر 24 ساعة أو 12 ساعة ليقرأ في الصباح أو المساء جريدته المفضلة، بل صار بإمكانه أن يفتح جهاز الكمبيوتر في البيت أو العمل أو المقهى ليقرأ صحيفته.

17. الصحافة الإلكترونية لا تعترف بحدود الدول وسلطاتها والمقصود بذلك المقدرة على التغلب على القوانين واللوائح التي تعيقها من حيث خطوات إصدار الصحيفة ومنح التراخيص دون الحاجة إلى ترخيص أو موافقة من جهات معينة ودون الحاجة إلى تقديم ضمانات بنكية أو تعهدات خطية بالتزام سياسات محددة .

18. جذب قراء من مختلف الأعمار وخصوصا من جيل الشباب الذي لا يفضل قراءة الصحف المطبوعة.

19. تتيح بعض الصحف الإلكترونية للقارئ إمكانية نقل جميع صفحات الصحيفة وتحميلها على جهاز الكمبيوتر، ثم يقوم القارئ بعد ذلك بالاطلاع على الصحيفة بكامل صفحاتها في الوقت الذي يناسبه ودون الحاجة إلى الاتصال بالشبكة.

20. توفر الصحافة الإلكترونية إمكانية تسجيل أعداد الصحيفة، وتوفر الصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها وبعض المعلومات عنها كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر.

21. ممارسة الرقابة على الصحف التقليدية سواء كان ذلك بالنقد أو الإشادة أو المنافسة.

22. أتاحت الصحافة الإلكترونية المجال للمرأة العربية لتجاوز السلطوية التي تمارس عليها، وما يتيح من ذلك من تقييد حركتها والتضييق عليها.

سلبيات الصحافة الإلكترونية

مثلما كان للصحافة الإلكترونية مزايا وخصائص لا توجد في الصحافة المطبوعة، فقد تولد عنها أيضا سلبيات لم تشهدها الصحافة المطبوعة من قبل، وجميعها أو معظمها يدور في فلك السلبيات المنتشرة عبر الإنترنت كشبكة معلومات مفتوحة أمام مئات الملايين حول العالم، وإن كانت هذه السلبيات تتخذ صورا وأشكالا ذات خصوصية نابعة من ارتباطها بالنشاط الصحفي عبر الإنترنت والفضاء الإلكتروني ككل، وبشكل عملي.. فإننا لو حاولنا تتبع ورصد السلبيات أو الآثار الجانبية للمسار اللاخطي سنكتشف أن هذه السلبيات تشمل:

1. أثرت الصحافة الإلكترونية سلبا على الحياة الاسرية والاجتماعية لإمكانية نشر الشائعات والأخبار الكاذبة والملفقة بسرعة كبيرة وتنوع المصادر الغير موثوقة.
2. التكلفة الباهظة لخدمة الإنترنت في بعض الدول الفقيرة مما يحول دون استفادة الكثير من الأفراد من الصحف الإلكترونية.
3. السرعة في نشر الأخبار التكنولوجية سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة الى النجاح العارم وقد تدفعه الى الخسارة.
4. تزايد عدد مواقع الصحف الإلكترونية المجهولة المصدر والجنسية والتي تصدر من قبل أشخاص أو منظمات أو دول مجهولة لتحقيق مصالحها على حساب أطراف أخرى معادية أو منافسة لها وبالتالي يصعب تطبيق أي قانون يخص الصحافة الإلكترونية في هذه الحالة.
5. قلة الخبرات والمختصين والصحفيين المؤهلين في مجال الصحافة الإلكترونية والنشر والتحرير الإلكتروني، وغياب التخصصات في مجال الصحافة الإلكترونية في كثير من الجامعات.
6. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل الصحافة الإلكترونية يعرقل عمل الصحافة الإلكترونية.
7. بالرغم من قلة تكاليف الصحافة الإلكترونية إلى أنها تعاني من ضعف الإيرادات المالية والتمويل الذي تحصل عليه بالإضافة إلى ضعف عائدات السوق سواء من القراء أو المعلنين كما هي الحال في الصحافة الورقية حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية.
8. يتعرض موقع الصحيفة على الإنترنت إلى بعض الأضرار من بعض المخربين والمتطفلين حيث يقوم هؤلاء بتعطيل الموقع واستبداله بمعلومات تعبر عن اتجاهاتهم ورغباتهم أو استبدال صور الصحيفة بصور جنسية فاضحة وهجوم شخصي على أحد محرري الصحيفة بشتائم وعبارات مسيئة متسببين في أضرار مادية فادحة أو تبعات قانونية أو حتى إضرار بمصداقية الصحيفة لدى القارئ.
9. الأخطاء المطبعية أكثر حدوثا في الصحيفة الإلكترونية وذلك لأنها تعتمد على عدد قليل من المراجعين، كما أن المعلومات المتعلقة بالأخبار العاجلة تنشر بسرعة مما يزيد من احتمال ظهور الأخطاء المطبعية في الخبر.
10. عدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الصحافة حيث أن مستقبله غير واضح

لدى كثير من الناشرين في ظل عدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة، مع وجود شريحة من الافراد في بعض المجتمعات لا يزال يفضل قراءة الصحف الورقية ويجهل التعامل مع الصحف الإلكترونية.

11. المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية والدولية والأجنبية التي أصدرت مطبوعات إلكترونية منافسة باللغة العربية ـ ونقصد بها مواقع الإذاعات والتلفزيونات ووكالات الأنباء التي أطلقت مواقع إخبارية لها على شبكة الإنترنت.

12. ضعف الرواتب المقدمة إلى الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية مقارنة برواتب الصحفيين العاملين في الصحف الورقية.

13. تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرض موقعها الإلكتروني للغلق أو الحجب من قبل الحكومات أو الجهات الرقابية المسئولة أو التدخل لدى المعلن ومنعه من الإعلان داخلها وبالتالي تفقد الصحيفة أهم مورد من مواردها.

14. غياب القوانين المنظمة للعمل الصحفي الإلكتروني يجعل من الحقوق العلمية والأدبية على صفحات الصحف الإلكترونية غير محفوظة وتسهل عملية اختراقها والاستيلاء على المعلومات منها الأمر الذي ساهم في إيجاد مجال كبير للسطو على أفكار الآخرين وإبداعهم ولا يوجد قانون يعاقب هذا الفعل. كما يساء استخدام خاصية النشر الإلكتروني أحيانا من قبل بعض القائمين على الصحيفة الإلكترونية من خلال كتابة المواضيع والأخبار المغرضة والمسيئة والغير موثوقة.

15. الروابط النشطة التي تضيفها بعض المواقع الصحفية والإعلامية على الإنترنت يمكن أن توجه الجمهور ـ ولو بشكل غير متعمد ـ إلى مواقع ذات مصادر لا يعتمد عليها أو تحظى بالثقة المطلوبة فيما تعرضه من معلومات وبيانات ومن ثم فإن هذه الروابط إن لم يتم اختيارها وتدقيقها بعناية تنتقل تلقائيا من مربع القيمة المضافة إلى السلبيات التي يصعب حساب تأثيرها.

16. لا تزال الصحافة الإلكترونية بجميع مجالاتها وأنواعها مجالا وليدا وجديدا يعيش حالة من السيولة والاعتماد على التجربة والخطأ والتقديرات الذاتية فيما يتعلق بمواثيق الشرف الإعلامي وأخلاقيات الممارسة الصحفية وآليات المحاسبة والتدقيق، خاصة فيما يتعلق بتحري الدقة والتأكد من صدق المعلومات، واحتمالات عمليات النصب والاحتيال، وسهولة انتهاك حقوق الملكية الفكرية وحقوق التأليف والنشر، وشيوع حالات السطو بشكل واسع النطاق على جهود الآخرين بمنتهى السهولة.

17. عدم وجود الرقابة على مواقع الصحف الإلكترونية التي لا تخضع في أحيان كثيرة للمعايير أخلاقية.

18. قصور في تأهيل المحررين أكاديميا والذي يؤثر على التناول الأخلاقي الإعلامي لبعض الصحف الإلكترونية حيث كشفت دراسة أجريت عام 2000 على محرري الصحف الالكترونية أن 50% من مديري الأخبار في الصحف الالكترونية لم يتلقوا تأهيلا أكاديميا في مجال الصحافة.

19. استغلال البعض للحرية التي تتميز بها الصحافة الإلكترونية المجال لظهور جهات غير مهنية باستغلال الصفحات الإلكترونية لتصفية الحسابات الشخصية أو الحزبية أو الطائفية سواء من خلال الموضوع المنشور أو من خلال تعليقات الزوار المتاحة على الموضوع.

20. إن الصحافة الالكترونية مجال تصادم واسع للأفكار المتناقضة التي تربك أحيانا القارئ العادي المحايد.

21. المشاكل التقنية والفنية الخاصة بشبكة الإنترنت والتي تواجه متصفحي الصحيفة الإلكترونية أو عدم تمكن المتصفحين من دخول الموقع، حيث يعاني المتصفح أحيانا من البطء الشديد في التنقل بين صفحات الموقع أو توقف التحميل بشكل مفاجئ، مما يؤدي إلى تذمر المتصفح وتوقفه عن المتابعة، والخروج من موقع الصحيفة بشكل نهائي.



اتجاهات التنبؤ بمستقبل الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية

يمكن رصد ثلاثة اتجاهات حول التنبؤ بمستقبل الصحافة الورقية أمام انتشار الصحافة الإلكترونية:

1. الاتجاه الأول: يقوم على أساس أن الصحف الإلكترونية تمثل بديلا عن الصحف الورقية وستحل محلها، وتقوم مبررات هذا الاتجاه على أن الصحافة الإلكترونية تشهد ميلاد مواقع كثيرة تواكبها زيادة في عدد الزوار، مستفيدة من الرقابة المفروضة على الصحف الورقية ومنع بعض مواد الصحيفة الورقية من النشر، كما أنها تقدم خدمات تمكن قرائها من التفاعل معها مثل التعليق على المقال ومناقشة مختلف القضايا معهم متفوقة بذلك على الصحف الورقية.

كما تتميز الصحف الإلكترونية باستخدام الوسائط المتعددة لتوصيل الخبر بأشكال متعددة الأمر الذي يجعلها تحتفظ بالقارئ أكبر قدر ممكن.

ويمكن لصحف الإنترنت أن تحمل الكثير من الأخبار لما تحمله من مساحة لا محدودة للنشر والعرض بطرق مختلفة بينما تلتزم الصحف الورقية بمساحة معينة لنشر الأخبار بسبب محدودية المساحة التي تمتلكها. كما انتقد «تيد تيرنر» مالك شبكة CNN الإخبارية الصحف الورقية واتهمها بإفساد البيئة من خلال قطع الأشجار المستمر واستخدامها في صناعة الورق وإصدار الصحف.

2. الاتجاه الثاني: يقوم على أساس ان الصحف الإلكترونية بالرغم من الاعتراف بكل مسمياتها فإنها لا تشكل بديلا عن وسائل الاتصال التقليدية خاصة الصحف المطبوعة.

وتقوم مبررات أصحاب هذا الاتجاه على الآتي:

• انطلاقا من تاريخ وسائل الإعلام التقليدية لم يشر إلى اختفاء وسيلة إعلامية بظهور وسيلة أو تكنولوجيا أخرى جديدة، وإنما تتعايش كل صحيفة مع الأخرى في ظل خصوصية كل واحدة، فظهور الراديو لم يقض على التلفزيون، وظهور التلفزيون لم يقض على الصحافة، بل يوجد هناك

تكامل وتعايش بين مختلف الوسائل الإعلامية، وبالتالي فإنه من المستبعد ان تقوم الصحافة الإلكترونية بالقضاء على الصحافة المطبوعة أو تصبح بديلا عنها.

• الصحف المطبوعة تتميز عن الإلكترونية بأنها قابلة للنقل وقابلة للحفظ وتقرأ براحة أكبر من قراءة الصحف الإلكترونية من خلال شاشة الكمبيوتر المؤذية للعين.

• تعتبر الإنترنت أداة مساعدة للصحافة المطبوعة والعكس صحيح أيضا، حيث تعتمد الصحف الإلكترونية على الصحافة المطبوعة في الإعلان عنها، وكذلك استفادت الصحف المطبوعة من الإنترنت في الإعلان عن نفسها، كما لم يؤثر استخدام الإنترنت في قراءة الصحف الإلكترونية على معدلات قراءة الصحف المطبوعة، والدليل هو صدور صحف مطبوعة جديدة بين فترة وأخرى في مختلف أنحاء العالم.

• ظروف قراءة الصحيفة الإلكترونية أصعب من ظروف قراءة الصحيفة المطبوعة، إذ يمكن قراءة الصحف الورقية في المنزل، العمل، القطار، المقهى، الطائرة أو أي مكان تتوافر فيه متطلبات القراءة، بينما يتطلب قراءة الصحيفة الإلكترونية الثبات في مكان معين بظروف معينة مرتبطة بامور تقنية في الغالب.

3. الاتجاه الثالث: يرى أصحاب هذا الاتجاه أن العلاقة بين الصحيفة الإلكترونية والصحيفة الورقية علاقة تكاملية وأن الاندماج بين عالمي الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية سيزداد لأسباب منها:

• بعض الصحف الورقية تقوم بنشر المواضيع نقلا من الصحف الإلكترونية والعكس أيضا مع القيام بذكر المصدر، الأمر الذي يبين وجود علاقة تكاملية بين الوسيلتين.

• الصحف الإلكترونية قد أرغمت الصحف الورقية على تغيير محتواها وذلك باستحداث أبواب و زوايا خفيفة تنافس أبواب النشر الالكتروني في طريقة الكتابة، ونشر الصور والرسوم وغيرها الأمر الذي أحدث نقلة تحريرية وإدارية في الصحف الورقية.

• حدوث تعاون متبادل بين الصحف الورقية والصحف الإلكترونية في مجال الإعلان، فكل صحيفة تستعين بالأخرى للإعلان عنها.

التكنولوجيا الحديثة وأثرها على وسائل الإعلام

يشهد العصر الحالي سرعة عالية في صناعة وسائل الاتصال وتطورها وخاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام والمعلومات الإلكترونية، مما أمكن ملايين الأنباء والبيانات أن تتدفق عبر الدول والقارات بطريقة فورية بالكتابة وبالصوت والصورة والفيديو، كما استطاعت المعلومات التي غزت العالم أن تؤثر على الأداء الإعلامي بمختلف أشكاله «التلفزيونية - الصحفية - الإذاعية» فاليوم أصبحنا نشاهد التلفزيون رقميا ونسمع الإذاعة رقميا ونقرأ الصحف اليومية رقميا أيضا من خلال شبكة الإنترنت بل أصبح بعض الأفراد يدونون يومياتهم إلكترونيا بعد أن شهد العالم وما يزال ثورة تكنولوجية شاملة في جميع نواحي الحياة.

كما أن وسائل الإعلام استفادت بشكل كبير من ثورة المعلومات حيث أتاحت كما هائلا من المعلومات، وجاءت ثورة الاتصالات لتؤكد هذه الفائدة من خلال نقل المعلومات ثم كانت ثورة التكنولوجيا الرقمية التي أتاحت العديد من الإمكانات من خلال توفر خدمة الإرسال والبث الإذاعي والتلفزيوني دون عوائق.

ومع انتشار الأقمار الصناعية وتطور وظائفها وأدوارها، توسعت مساحات الاتصال وتجاوزت الحدود الجغرافية للدول والمجتمعات بانتشار الصحف الدولية والقنوات التلفزيونية الفضائية.

ولعل أبرز مظاهر ثورة الاتصال يتمثل في انتشار الإنترنت، ويجمع علماء الاتصال والمعلومات ان إنشاؤها يعد أهم انجاز تكنولوجي تحقق أواخر القرن العشرين، إذ استطاع الإنسان بواسطتها ان يلغي المسافات، ويطلع على أحداث العالم وتطوراته في المجالات المختلفة، وأن ينشر الثقافة ويتبادل المعلومات الإعلامية والعلمية والنشاطات الإنسانية الاخرى وذلك من خلال إنشاء مراكز المعلومات القادرة على تلقي المكالمات والرد على الأسئلة والاستفسارات في شتى المجالات

إن صناعة الإعلام تمر حالياً بفترة انتقالية هامة نتائجها قد تمتد لتشمل إعادة تعريف معنى الإعلام الجماهيري، والعنصر الرئيسي الذي وضع ذلك موضع التنفيذ هو ظهور الإنترنت. هذه الوسيلة التي تعتمد بشكل أساسي على خطوط الهاتف التقليدية وأجهزة المودم والأقمار الصناعية وانطلاق الخدمات الفضائية.

ويعتبر الانترنت اليوم لغة العصر الذي يقاس من خلاله مستوى أمية الشعوب وتقدمها، ولقد تطورت هذه الوسيلة الإعلامية حتى باتت تشكل منافساً جدياً لوسائل الإعلام التقليدية، ففي دراسة تحت عنوان «حالة وسائل الاعلام الاخبارية سنة 2004» أجراها «مشروع التفوق الصحفي بالاشتراك مع كلية الصحافة في كولومبيا، تبين أن الصحافة الاميركية والأخبار التلفزيونية شهدت خلال السنوات الاخيرة أزمة مع تراجع الثقة بها لدى الرأي العام وانحسار جمهورها، وهو ما دفع الاميركيين إلى اللجوء الى الانترنت لاستقاء الاخبار، مما يثير مخاوف العاملين في مجال الصحافة اليومية وشبكات التلفزيون والاذاعات من خطر سيطرة هذه الوسيلة على الوسائل الأخرى خاصة مع تراجع الثقة بمصداقية الصحف».

إن الانفتاح على الانترنت لم يقتصر على الصحافة المكتوبة فقط بل تعداها لتشمل كل مكونات الإعلام لتصبح القنوات التلفزة الإخبارية والمحطات الإذاعية تتنافس من أجل تصدير صورتها الجديدة عبر شبكة الانترنيت والتأكيد على مواكبتها للتكنولوجية الحديثة، وقد لاحظنا في السنوات الأخيرة كيف أن بعض القنوات خلقت لها أقساما أخرى، مختصة فقط بخلق وتسيير مواقع إلكترونية ضخمة تابعة لها، استطاعت استقطاب الملايين من القراء والمتتبعين الأمر الذي أدى إلى ظهور مفهوم آخر للإعلام صهر كل المفاهيم الأخرى في بوتقة واحدة تخدم المتلقي بالأساس ودخل الإعلام المرئي مرحلة مغايرة تعتمد على التكنولوجية الرقمية في نقل الخبر بعد عرضه على التلفزيون، بل أصبح البث المباشر عبر الشبكة العنكبوتية من الخدمات المهمة للموقع الذي أضحى بدوره البوابة الأولى للقناة يحمل في طياته كل ما يحتاجه المشاهد أو المتتبع من أخبار مكتوبة ومرئية كما تجده يعرف بالقناة وتوجهاتها وطاقمها والعديد من الخدمات التي أصبحت ضرورية في وقتنا الحاضر، وأصبحت بعض البرامج تعتمد بشكل غير مسبوق على الانترنت بإشراك المشاهد عبر استفتاء ما أو استقبال رسائله الالكترونية وقراءتها مباشرة.

التطور التكنولوجي والصحافة:

إن تأثير تكنولوجيا الإعلام قد طال الصحافة شأنها بذلك شأن جميع وسائل الإعلام الأخرى لتجد الصحافة نفسها داخل وسيط يحتمل أن يكون بديلا للورق في نقل الصحيفة بيد القارئ ولتكون الشبكة العالمية للمعلومات «الإنترنت» هي البيئة الأفضل التي فضل الناشرون أن تكون الفضاء الجديد للصحافة العالمية، لتضيف «الإنترنت» للصحافة مميزات وسمات وخصائص متعددة حبذها القراء واستغلها الناشرون لتبدأ مرحلة «الصحافة الإلكترونية» التي غزت العالم منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي ولتتسع هذه الظاهرة لتصل إلى عالمنا العربي بخاصة بعد أن أصبحت أرقام استخدام الإنترنت والكمبيوتر في ازدياد مضطرد.

ويعد التحول الالكتروني في الاصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة.

إن الإنترنت أحدث ثورة عارمة في عالم الصحافة، حيث أن غالبية الصحف العالمية لجأت لبناء موقع في الشبكة وتقدم الجريدة إلى القراء عبر الإنترنت، وهذه التقنية الجديدة تحتم بطبيعة الحال على الجرائد ضرورة الإبداع والابتكار والخروج عن المألوف وتجنب الكلاسيكي والروتيني والتقليد.. وهذا يعني أن الإنترنت فرض منطقا جديدا غير من العمق ميدان صناعة الأخبار وتبادلها.

ولقد أدت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية إلى وضع الصحافة المعاصرة أمام تحديات جديدة أتاحت لهما فرص لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها أو في استخدامها، وانعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات في أجهزة الإعلام الرئيسة الثلاث المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك خلقت هذه التطورات جمهورا جديدا متميزا

يعتمد على الإنترنت وشبكات نقل المعلومات الإلكترونية في تلقي المعلومات، وسارعت بالتالي أجهزة الصحافة العصرية الى استقطاب هذا الجمهور الجديد عن طريق إضافة شبكة الإنترنت الى وسائلها التقليدية في نقل وتسويق النتاج الصحفي.

وبدأت الصحافة في منتصف التسعينيات تتطلب مستوى معينا من التخصص الفني والصحفي والمعلوماتي، وبدأ يتزايد إدراك الصحفيين لأهمية وقيمة الحاسبات الالكترونية والانترنت وقواعد المعلومات والوسائل التكنولوجية والاتصالية الحديثة في حياتهم اليومية كصحفيين وبدئوا يتكيفون مع هذا العالم الرقمي الجديد، وهو ما جعل استخدام الحاسبة الإلكترونية في الصحف من أجل جمع المتن وتحليل الإحصائيات وتصميم الصفحات وعرض المخططات شيئا أساسيا. وقد أفرزت هذه التطورات ظواهر متناقضة في عالم الصحافة سواء ما بين صحف دول معينة أو غيرها أو داخل الصحيفة الواحدة، فبينما يقوم الصحفيون الآن بجمع الأخبار وكتابتها وتحليلها وتحريرها باستخدام هذه التقنيات الحديثة وهو ما ينعكس أثره على مضمون وشكل الصحيفة، فإن هناك صحفيين آخرين لم يستخدموا هذه التقنيات الحديثة بالمرة، أو مازالوا يستخدمونها لأداء مهام تقليدية ويتبعون الوسائل التقليدية نفسها في جمع المادة وحفظها وتحريرها واسترجاعها.

وبدأ في الساحة الصحفية وكأن هناك فريقين فريق يسمى Techno journalists الذي يجمع أفراده بين مهارات التغطية، وأدوات التعامل مع المعلومات الجديدة وتكنيكات إدارة المعلومات وفريق آخر يسمى Traditional Journalists مازال يستخدم الوسائل التقليدية في أداء العمل الصحفي في بيئة تقوم على التكنولوجيا.

وبالرغم من المزايا العديدة التي توفرها الوسائل الحديثة للصحافة إلا أن ثمة مشاكل لم تحل بعد مثل سهولة الاتصالات بين الصحف وقواعد المعلومات وسرعتها وقلة خبرة الصحفيين في التعامل مع هذه التقنيات الجديدة وحاجة التعامل مع الملفات الإلكترونية لبعض الوقت مقارنة بالملفات المطبوعة وتراجع عنصر الإبداع الفردي في العمل الصحفي بفعل تزايد الاعتماد على التقنية كوسيلة لتنفيذ الكثير من المهام.

مراحل استخدام الوسائل الإلكترونية في الصحافة

لقد مرت الصحافة الحديثة بمراحل عدة في استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة حيث بدأت الصحف منذ الستينيات في استخدام أنظمة الجمع الإلكتروني، لتمثل بذلك بداية تحول الصحف إلى استخدام الأنظمة الرقمية.

وتطورت الصحافة مرحليا في مجال استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة، وحيث تزايدت في الآونة الأخيرة أهمية استخدام الإنترنت بوجه خاص بالنسبة للصحف، وبرزت بالتالي في القاموس الصحفي مصطلحات: الصحافة الإلكترونية، الجماعات الإخبارية، القوائم البريدية، الصحفي الرقمي.

ومع بداية التسعينات من القرن الماضي بدأت تدخل أجهزة الحاسبات الالكترونية بشكل مكثف إلى غرف الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية، وفي بلدان أخرى عديدة أيضا حيث بدأ استخدام الكمبيوتر في الكتابة والتحرير والصف والجمع الالكتروني وبدأت الصحف تتحول إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج من خلال إدخال الحاسبات الالكترونية، ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج كما بدأت هذه الصحف تحول ملفاتها من القصاصات الورقية الى ملفات الكترونية وزادت عمليات التفاعل الإلكتروني ما بين قواعد البيانات والمعلومات المتاحة أمام الصحف. وفي التسعينيات أيضا ومع تطور وسائل الاتصال وتقنيتها وانخفاض تكلفة أجهزة الحاسبات الإلكترونية المحلية والإنترنت، وبفضل التقدم في الاتصالات السلكية والأقمار الاصطناعية فإن النصوص والصور والمخططات يمكن أن تنتقل بالفاكسيميل من قارة إلى أخرى، كما تمكن الصحف من الطباعة في أكثر من مكان في الوقت نفسه وظهر هذا التطور في زيادة القدرة على التخزين الرقمي للصور، والاتجاه الحالي نحو الرقمنة الكاملة لكل مراحل الصورة من الكاميرا إلى المسح الضوئي إلى الإنتاج إلى معالجة الصور حتى يتم عرضها على الشاشة لإضافة اللمسات إليها وإخراجها، كما تزود وكالات الأنباء الكبرى مشتركيها بوسائل استقبال الصور الرقمية فضلا عن إمكانية كتابة وطباعة مقالاتهم وإدخالها مباشرة إلى الحاسبات الإلكترونية، فالتطورات الحديثة لم تجعل الصحفيين مضطرين للبقاء بصفة دائمة في الصحيفة نفسها وساعدتهم على القيام بأعمال لم يكن بمقدورهم القيام بها من قبل.

كما أدت التطورات التكنولوجية في التسعينيات إلى تنوع طرق جمع القصص الصحفية، وتحسنت طرق اتصالهم المباشر بالمصادر، وتوافرت أمامهم عدة أدوات متخصصة تيسر لهم أداء مهامهم. وبدأ استخدام الحاسبة الإلكترونية كأداة للجمع والتقصي عن المعلومات وللوصول إلى الوثائق والسجلات وتحليل قواعد البيانات، وإن لم تتحول هذه الطريقة الجديدة إلى أسلوب شائع في كل الصحف نظرا لتباين مجتمعاتها وإمكانياتها وإن ظهرت بعض البرامج التي تدعم تواجدها مثل البرنامج الذي اخترعه الصحفي «جبسون» الفائز بجائزة بوليترز وهو برنامج Nine Trak Express لمساعدة الصحفيين على تحليل الوثائق العامة باستخدام أجهزتهم الشخصية،

وكذلك زيادة عدد المعاهد والكليات والمراكز المتخصصة في علوم هذا الفن الجديد الذي أصبح يعد من بين العلامات الفارقة في تاريخ جمع الأخبار الصحفية وواحدا من أبرز التحولات التكنولوجية في مجال التغطية الصحفية.

وشهدت الصحف تحولا على مستوى الأرشفة أيضا فمن أرشيف تقليدي يضم نسخ الصحف والقصاصات الصحفية الى استخدام المصغرات الفيلمية والميكروفيلم والميكروفيش، ومن ثم الاتجاه الى اتباع نظم الأرشفة الإلكترونية للصحيفة بالاستفادة من الاستخدامات الحديثة للإنترنت في بناء ذاكرة الصحيفة الإلكترونية.

وربما لا يعرف الكثيرون أن الصحف المطبوعة التي يطالعونها كل يوم ورغم كونها خارج الإنترنت، ما هي إلا نتاج بيئة عمل إلكترونية سائدة داخل المؤسسات أو الدور الصحفية التي تصدرها، بعبارة اخرى فإن الصحيفة المطبوعة يجرى إعدادها حاليا في شكل إلكتروني ورقمي بالكامل قبل الدفع بها للمطبعة لتعود في صورة ورقية مرة أخرى، وبالطبع تختلف درجة تكامل وشمول وترابط هذه البيئة في سلسلة أو مراحل العمل الصحفي من صحيفة لأخرى، وهذا الواقع جعل الكثيرون يدخلون البنية الأساسية الإلكترونية داخل الصحف ضمن تجليات أو ملامح ظاهرة الصحافة الإلكترونية، لأن هذه البيئة كانت وراء ما يطلق عليه الكثير من الأمريكيين الصحافة بمساعدة الحاسب أو «Computer Assisted Reporting CAR» بمعنى توظيف الحاسب وتكنولوجيا المعلومات بالقيام بالمهام الصحفية.

ومع أوائل الألفية الجديدة بدأت المؤسسات الصحفية في السعي لنشر المحتوى الإعلامي الخبري والإعلاني لها على شبكة الإنترنت، وبدأت المؤسسات الصحفية في الاستعانة بالشركات المصممة لمواقع الويب على شبكات الإنترنت، وبدأت أيضا في حجز مساحات لها على الشبكة استعدادا لاستضافة مواقعها الجديدة عليها. والأمر كان يعد مكلفا في البداية عند حجز مساحات للمواقع وبداية تنفيذ ذلك، ولكن في الوقت ذاته نجد ان هذا النظام الذي تستخدمه المؤسسات الصحفية يتيح لها المرونة في التحكم الكامل في إدارة موقع النشر الصحفي لها على الشبكة، ويجعل لها القدرة على التغيير المستمر في المحتوى الإعلامي الإخباري الصحفي، وهذا هو ما يناسب العمل الصحفي.

واستفادت الصحف والمطبوعات الدورية من التقدم التكنولوجي الذي وفرته الإنترنت، لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، من خلال تغيير طرق التوزيع بواسطة الشبكة وبمشاركة جهاز الحاسوب وهذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية والانتشار الواسع.

وتصاعدت أهمية الثورات التكنولوجية في مجال عمليات معالجة المعلومات الصحفية وانتاجها، وتطورت الاستخدامات لشبكة الإنترنت صحفيا حتى أضحت الصحيفة حاليا مجموعة من خلايا إلكترونية تدار وتوجه بواسطة الحاسبات الإلكترونية، مما أدى إلى زيادة الكفاءة والسرعة كما وكيفا بشكل يفوق التصور، بجانب كفاءة تخزين المواد الصحفية وعمليات تصحيحها وتعديلها بالإضافة أو الحذف، بالإضافة إلى إدخال النصوص المصورة من صور فوتوغرافية ورسوم الى

الحاسب الإلكتروني عن طريق الماسح الضوئي، وكذلك توزيع المواد على الصفحات وتحديد الحجم والموقع والاتجاه على آلة الجمع الإلكتروني مما يدمج من عمليات المونتاج والإخراج الصحفي على شاشة الكمبيوتر. كما تم استحداث جهاز الفيديوجراف الذي يستخدم في تحويل صور الفيديو من على شاشة التلفاز الى صور فوتوغرافية تدخل على الحاسب الإلكتروني مما أتيح للصحف التحول إلى استخدام نظام رقمي متكامل لنشر النصوص والصور والمواد الجرافيكية المرسومة والمواد الإعلامية.

الخدمات التي قدمتها الإنترنت للصحافة:

تتعدد أنواع الاستخدامات الصحفية للإنترنت، ويمكن إجمالها كالتالي:

1. الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية من خلال المواقع الإخبارية المتعددة والمتاحة على شبكة الإنترنت.

2. تطوير المهارات الصحفية للصحفيين من خلال احتكاكهم المستمر بالإنترنت كوسيلة إعلامية متطورة الأمر الذي يجعلهم مضطرين لتعلم مهارات الكمبيوتر والبرامج والإنترنت.

3. استخدام الانترنت كأرشيف خاص للصحفي للرجوع الى المواضيع التي يحتاجها.

4. استخدام الانترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة من خلال جمع الأخبار والمعلومات التي يفضلها ووضعها في صحيفته التي يصنعها بنفسه.

5. الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من خلال البريد الإلكتروني المتاح في أغلب المواقع الإخبارية الصحف ذات الموقع الإلكتروني.

6. الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة كأرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني.

7. إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلى الصحيفة وتطوير طرق اتصال الصحفي بقراءة والعكس من خلال البريد الإلكتروني أو تعليقات القراء.

8. الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية من خلال خدمة News Group التي تقدمها أغلب محركات البحث مثل جوجل، وتقوم هذه الجماعات بالاجتماع والتحدث عن موضوع أو حدث معين والتعبير عن آرائهم أو الإدلاء بالمعلومات التي لديهم.

9. تطوير وسائل جمع الصحفي للمواد الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد، ومؤتمرات الفيديو، نقاشات ودردشة، البريد الإلكتروني.

10. المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وأدائهم.

سمات وخصائص التغطية الصحفية من خلال الإنترنت:

تتسم الإنترنت بعدة سمات متميزة من ناحية التغطيات الصحفية مثل:

1. التغطية الصحفية الفورية: حيث تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد على الإنترنت، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها ، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة «الأخبار العاجلة» وهي عبارة عن شريط إخباري يوجد في أغلب مواقع الصحف الإلكترونية توفر معلومات أولية بسيطة عن أي حدث طارئ ومفاجئ، ومن مميزاتها تشويق القارئ لمعرفة المزيد من المعلومات وانتظار التفاصيل، كما أنها تساعد الأفراد المشغولين على الاطلاع على مستجدات آخر الاخبار اليومية دون أن يضطروا للتسمر امام الشاشة.

2. التغطية الصحفية الحية: توفر الإنترنت تغطية حية ومباشرة للأحداث من موقع حدوثها، وفي لحظة وقوعها، فضلا عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد باستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة من كمبيوتر وإنترنت وكاميرات. وتعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي على الإنترنت.

3. التغطية الصحفية المتعمقة: تتوافر على الإنترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوعات من جهات مختلفة وبطرق متنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعاده المتعددة من أطراف متعددة، كما يوجد العديد من الروابط، والتي تحيل الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تعمق معرفته عن الحدث ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه، فضلا عن وجود العديد من خلفيات الأحداث والتي تساعد في استكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته.

4. التغطية الصحفية التفاعلية: تتيح الإنترنت إمكانية التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين، وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية، حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإلكترونية الحديثة للقارئ الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة.

5. التغطية الصحفية الرقمية: توفر الإنترنت العديد من المواد الصحفية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يمكن تخزينها واسترجاعها في أي وقت، وهو أمر مهم في العمل الصحفي حيث يوفر الجهد والوقت، كما يفتح آفاقا رحبة لأداء العمل الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم.

6. التغطية الصحفية متعددة الوسائط: توفر الإنترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها مميزا، مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة، وهي أمور تفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها، وتنقل القارئ إلى موقع الحدث، وتقربه من أجواء الحدث وتجعله متفاعلا معه، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من أخبار وشرح وتفسير، فضلا عن القدرة على التحكم في طريقة العرض والأنباط والأحجام والخلفيات والمساحات.

7. التغطية الصحفية المتكاملة: حيث تجمع الإنترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر

الممارسة الصحفية، فهي مصدرا صحفيا يزود بالمعلومات، وأداة اتصال بالمصدر مثل التليفون والبريد الإلكتروني وجماعات النقاش، وهي وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات وهي مكتبة وأرشيف ضخم... الخ وجميع هذه العناصر السابقة تساعد على إمكانية قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث ما دونما مغادرة مكتبه أو موقعه.

8. التغطية الصحفية الذاتية: أصبح بمقدور الصحفي من خلال استخدام الإنترنت القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده، من اختيار الموضوع وجمع بياناته والاتصال بمصادره وكتابته، بل ونشره.

9. التغطية الصحفية المؤلفة: يمكن توليف وتوفيق التغطية الصحفية التي توفرها الإنترنت، ويعني هذا قدرة القارئ على «خلق الأخبار المخصصة» وفقا لاحتياجاته من الأخبار والمعلومات وتفضيلاتهم الصحفية واهتماماتهم وأوقاتهم وتنقلاتهم. كما يمكن أن تولف الصحيفة (مصادر الإنترنت) بما يتوافق مع احتياجاتها الصحفية وتوظيفها كأحد مصادرها الصحفية الذاتية مثل Customized News Sources. فعلى سبيل المثال يمكن للقارئ أن يختار عرض الأخبار الخاصة ب»البحرين» فقط في محرك البحث، ويقوم المحرك بدوره باستعراض الأخبار الخاصة بالبحرين فقط.

10. التغطية الصحفية الموضوعية: حيث تتوافر عدة مصادر تتناول ذات الحدث على شبكات الإنترنت ذات «الرأي والرأي الآخر»، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات.

11. التغطية الصحفية المستمرة : العمل الصحفي على الإنترنت لا يتوقف على مدار ال 24 ساعة، بما يتيح تجديد المادة الصحفية بشكل مستمر، فضلا عن السرعة في التغطية.

12. التغطية الصحفية اللامحدودة : لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت، تسمح بتغطية كبيرة للحدث، وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة.

مميزات الإنترنت كوسيلة للنشر الصحفي:

1. الإنترنت هي وسيلة إعلامية تفاعلية تتيح للجمهور بالتحرك في مواقع الإنترنت ويقصد بالتفاعل هنا هو إمكانية السماح بحفظ وتخزين المعلومات والتعليق عليها ومراسلة أصحاب المواقع عن طريق البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى وجود الوصلات التي تربط العناصر المكونة للموقع بمواقع أخرى، بما يحول الجمهور إلى مشارك متفاعل بدلا من كونه مشاهد ومراقب كما هو الحال في الإعلام التقليدي.

2. سرعة نشر المحتوى الإعلامي الصحفي على شبكة الإنترنت، فاستخدام الإنترنت للنشر لا يرتبط بزمن، فبمجرد أن يتم تحرير المحتوى يتم وضعه على صفحات الإنترنت.

3. إمكانية التعديل والتغيير بشكل مرن في المحتوى الإخباري والإعلاني للصحيفة، وهو أهم ما

يميز العمل الصحفي وللإنترنت القدرة على إجراء هذه التغييرات الإخبارية والإعلانية وإدخال معلومات جديدة عن الأخبار المتطورة في الوقت ذاته الذي يصل فيه الخبر الى المؤسسة الصحفية.

4. التكلفة المنخفضة لنشر المحتوى الإعلامي الخبري والإعلاني للصحف على الإنترنت، هذا إذا ما تمت مقارنته بنفقات عملية النشر الطباعية، فتخصيص مساحة لموقع الصحيفة على الويب Hosting Website Domain Name يكون أقل تكلفة من الطباعة، كما أن تخصيص مساحة للموقع تكون مرة واحدة في بداية عمل موقع الصحيفة. وتتم عملية التغيير باستمرار عليه للمحتوى الإخباري والإعلاني دون تغيير في المساحة المحجوزة في كل مرة.

5. إمكانية التعرف على رد فعل المستخدمين وإشراكهم في مواقع النشر الصحفي من خلال الإجابة عن الأسئلة التي يتم طرحها، فعن طريق وضع المؤسسات الصحفية لبعض الأسئلة التي تهدف إلى التعرف على رد فعل الجمهور إزاء خبر معين، من خلال عمل تصويت Vote عن رأي الجمهور إزاء هذا الخبر، وكذلك توصيل رأي الجمهور إلى المؤسسة الصحفية حول الخدمات الأخرى الإضافية التي يريدها، بالإضافة إلى رأيه في الإعلانات المقدمة على شبكة الإنترنت. ويقوم القراء مستخدمو شبكة النشر الصحفي على الإنترنت بملىء البيانات المطلوبة لعمل التصويت او إرسال بريد إلكتروني إلى المؤسسة، وتكون المؤسسة قد أزالت بذلك أحد العوائق المهمة التي تواجهها وهي الوصول إلى رأي الجمهور إزاء قضية معينة، وتوفر هذه العملية الوقت والجهد المبذول لمعرفة آراء الجمهور في بعض القضايا بشكل عام، وفيما تقدمه المؤسسة الصحفية بشكل خاص، والذي يؤثر بشكل فعال على درجة توزيع صحف هذه المؤسسة الصحفية.

6. إمكانية إدراج ملفات الصوت والصورة الفيلمية المتحركة او ملفات الفيديو بداخل مواقع النشر للمحتوى الإعلامي، سواء كان ذلك للأخبار أو للإعلانات الموجودة على المواقع الصحفية، ويشير التقرير الإحصائي Nielsen// NetRating إلى أن بحث المستخدمين عن مواقع الصحف والأحداث المصورة وصل في عام 2004 الى 80% حول العالم.

معوقات استخدام الإنترنت صحفيا:

على الرغم من المميزات العديدة التي يتميز بها الإنترنت إلا أنه مازال يواجه عقبات تعوق طريقه السريع للانتشار كوسيلة لنشر الصحف، ويتعرض مستخدم شبكة الإنترنت سواء كان صحفيا أو متلقيا عددا من المشاكل والمعوقات لاستخدامه شبكة المعلومات وهذه المعوقات تنقسم الى قسمين:

1. معوقات غير قانونية.. وهي:

• يفرض الاستخدام المتزايد لجمع الأخبار عبر الإنترنت إلى مواجهة نوع جديد من المشكلات المتعلقة بأخلاقيات العمل الصحفي حيث تستعمل طرق التخريب من قبل قراصنة الحاسوب، وتتم عن بعد من خلال الفيروسات الالكترونية والرسائل المفخخة.

• السرعة المنخفضة لعملية تحميل بعض المواقع الخاصة بنشر الصحف على شبكة الإنترنت إلى جهاز المستخدم، وخاصة إذا ما احتوى الموقع على صورة تكون ذات حجم كبير، وكذلك ملفات الصوت وبعض ملفات الفيديو لعرض بعض الأحداث الإخبارية والإعلانية تمثل عائقا أمام العديد من المستخدمين.

• تستهلك عملية البحث عن المعلومة على الإنترنت وقتا طويلا وخصوصا للأشخاص الذين لا يملكون المهارات البحثية.

• التعامل مع المعلومات الموجودة على الإنترنت يقتضي الفحص المزدوج Double Check لدى القائمين على الصحف الإلكترونية للتأكد من صحة المعلومات ومن هوية الأشخاص الذين يقومون بإرسال المواد الصحفية عبر البريد الإلكتروني للتأكد من أنها جاءت فعلا من الشخص المعني بإرسالها.

• عدم القدرة على تقييم مصداقية المعلومات التي يتم الحصول عليها من الإنترنت لبناء مواقف متزنة وموضوعية للمستخدمين بشكل عام. حيث يمكن أن تقوم المعلومات على الإنترنت بتضليل القارئ من حيث استخدامها في الادعاءات الملفقة وتزييف معلومات المصدر.

• ارتفاع تكلفة البنية الأساسية للإنترنت في بعض الدول ما دام لا يتوفر مجهزو خدمة مجانية (ISP) في أي قطر عربي كما هو الحال في أوروبا وأمريكا علاوة على ذلك فإن كلفة الاشتراك تعد عالية جدا، وهي تشكل عائقا كبيرا لقطاع كبير من المستفيدين المحتملين.

• يلزم وجود المتصفح على شبكة الإنترنت للنشر الصحفي في المكان المتواجد فيه الحاسوب الخاص بالاتصال بالشبكة، سواء في البيت أو في مكان العمل. بعكس متصفحي الصحف المطبوعة الذين يمكنهم شراء الصحيفة وتصفحها في أي مكان.

• يقف مستوى تعليم المستخدمين عائقا أمام تحقيق الوصول الكامل لرسالة النشر الصحفي للمحتوى الإخباري إلى جميع فئات المجتمع العربي، حيث أن خصائص عملية الاتصال بالإنترنت لا تناسب الجمهور العربي ذا المستوى التعليمي المنخفض، ونجدها تناسب فئة الجمهور ذي المستوى التعليمي المتوسط والعالي وخصوصا في ظل انتشار صحافة الموبايل.

• الافتقار إلى صحفيين أو محررين لديهم مهارات خاصة بالصحافة الإلكترونية قد بات واقعا فرضته سرعة انتشار هذه الصحافة التي لم تتمكن من مواكبة هذه السرعة فيما يتعلق بإعداد كادر مؤهل للعمل فيها والكتابة لها بطريقة صحيحة ومتكاملة، وهو أحد ثغرات الصحافة الإلكترونية اليوم.

2. معوقات قانونية وهي كالتالي:

- بعض الدول تقيد مواطنيها من استخدام الإنترنت تقييدا كاملا، حيث تفرض احدى الدول على الأفراد الذين يمتلكون جهاز كمبيوتر أن يسجلوا أجهزتهم لدى الحكومة ومن يخالف ذلك يتعرض لعقوبة تصل إلى 15 عاما.

- تحتكر حكومات أخرى تقديم خدمات الإنترنت مثل الصين التي تفرض رقابة شديدة على الأخبار والمعلومات الداخلة والخارجة على الشبكة، وتفرض عقوبات شديدة على كل من يخترق مزود الخدمة الحكومي وتعاقب كل من ينشر مواد معارضة على الشبكة بالسجن.

- تستخدم الكثير من الدول تكنولوجيا الحظر بما لا يتفق مع المعتقدات والقيم العربية والإسلامية أو التي تهدد امن وسلامة واستقرار المجتمع. غير أن هناك حكومات تتبع سياسة الرقابة المخففة على محتوى الإنترنت.

- دول تتحكم في الإنترنت وخدماته بشكل تام وتفرض رقابة شديدة على محتواها.

الصحافة والاعلام المتخصص



الإعلام المتخصص

يعتبر نمو الإعلام المتخصص وازدهاره في أي مجتمع دليلاً قوياً على تقدم هذا المجتمع ورقيه، فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصص الدقيق بين أفراده ينجم عنه أتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددها، وهو ما يمثل سمة أساسية للتقدم والتحديث.

ونعيش اليوم عصر الإعلام المتخصص، حيث لجأت الوسائل الإعلامية إلى التخصص إما في المضمون من خلال تقديم كميات وفيرة في مجال محدد يلبي احتياجات الجمهور سواء العام أو الخاص، أو من خلال الاهتمام بقطاع وفئات محددة، حتى أن وسائل الإعلام التي تقدم مضمون عامٍ تلجأ في كثير من الأحيان إلى تقديم مضمون محدد لجمهور عام أو خاص، فالصحافة العامة مثلاً اهتمت بالصفحة الاقتصادية والرياضية وأصبح لها جمهورها، أو من خلال ملاحق تعليمية أو إعلانية، والإذاعة بشقيها اتجهت إلى إنشاء إذاعة أو تليفزيون متخصص في المضمون أو في الجمهور.

ولم يأتي الاهتمام بالمضمون المتخصص أو الجمهور من فراغ وإنما هو نابع من عوامل عده أبرزها؛ تراجع توزيع الصحف العامة في بعض الدول المتقدمة، كإنجلترا والولايات المتحدة؛ حيث اتجه القراء إلى الصحف المتخصصة، كما تشير عدة تقارير من اليونسكو إلى تزايد المصاعب أمام الإعلام العام بكل وسائله بينما تزدهر أمام الإعلام المتخصص.

ولم تكن البلدان العربية بعيدة عن هذا التطور؛ حيث شهدت زيادة في إصدار الصحف المتخصصة وإنشاء الإذاعات المتخصصة منذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي وحتى الآن.

أولا- نشأة الإعلام المتخصص:

مع بداية الحضارة البشرية، لم يكن ثمة حدود فاصلة بين العلم والفلسفة، بل كان هناك نوع واحد من المعرفة، قد تختلف وسائله ولكنه يمثل- في النهاية- نشاطاً عقلياً وبشرياً واحدا، لذلك كانت الفلسفة أم العلوم.

وقامت الحضارة الإغريقية- التي تعتبر أساس الحضارة الغربية الحديثة على مزيج من فلسفة سقراط وأفلاطون وأرسطو، ورياضيات فيثاغورث، وأشعار هوميروس، ووضع العلماء وقتها أسس التقدم الحضاري من خلال التناغم والتكامل بين العلوم والتقنية والعلوم الإنسانية.

وتميز علما المسلمين الأوائل في عصور الازدهار بالجمع بين التخصصات العلمية المختلفة دون حدود فاصلة فكان أبن سينا فيلسوفاً وطبيباً وشاعراً، وكان أبن الهيثم عالماً في البصريات والفلك والرياضيات إلى جانب إتقانه للفلسفة، وكان البيروني عالماً في الفلك والجغرافيا والرياضيات والصيدلة والدين والفلسفة.

ولقد أخذت مجالات المعرفة البشرية تتسع؛ حيث حققت تراكم ضخم، أصبح «التخصص» السمة البارزة، وأنقسم الكل المعرفي إلى جزيئات دقيقة متخصصة، وبدأت معالم ما سمى بالعزلة الفكرية حيث أخذ كل علم يحدد معالمه وحدوده بشكل دقيق، وأصبحت المعارف جزراً متباعدة ومعزولة في محيط واسع.

ولم يقف التخصص عند هذا الحد، بل سرعان ما اتجه إلى التخصص الدقيق والأكثر عمقاً، فمثلاً في السابق كان يدرس علم الطب بشكل عام ولكن الآن أصبحت هناك تخصصات لطب القلب وطب الآذن والأنف والحنجرة، وطب الأسنان والعيون، والجدير لذكر أن هذه التخصصات الأكثر عمقاً لم تكن حكراً على مجالات الطب أول مجال واحد بل حدث ذلك في مختلف أنواع العلوم والمعارف، وانعكس ذلك بإيجابيات أبرزها أصبحت النتائج العلمية أكثر دقة ومصداقية وهو ما يعد أمراً ضرورياً وهاماً في تقدم العلوم وازدهارها.

ولم يكن مجال الإعلام بعيد عن المجالات والتخصصات الأخرى فمنذ بداية الدراسات والأبحاث الإعلامية كانت تهتم بجمهور محدد أي قطاع محدد وتجمعه خصائص وسمات محدده كالطفل أو النشء أو الشباب أو كبار السن أو المرأة، في المقابل كانت تهتم دراسات إعلامية أخرى بدراسة مضمون محدد كالمواد الدرامية أو الوثائقية أو الإخبارية أو السياحية.

ثانيا- مفهوم الإعلام المتخصص:

التخصص يعني انقسام الكل المعرفي إلى جزيئات متخصصة، حيث أخذ كل علم يحدد معالمه، وحدوده، ويتميز عن غيره من العلوم والمعارف الأخرى.

ويقصد بالإعلام المتخصص كل إعلام سواء كان مقروء أو مسموع أو مرئي (صحف، إذاعة، تليفزيون) يهتم في الأساس على جانب من جوانب المعرفة الإنسانية، ويصل إلى جمهور متخصص تجمعه عدد من الخصائص أو السمات المشتركة.

وتعرفه سلوى إمام على أنه الموجه إلى فئات أو قطاعات معينة (كالفلاحين - والعمال - والنساء - والأطفال - والشباب) ويتميز بأنه إعلام يقدم مضامين في مجالات متعددة (كالسياسة - والاقتصاد - والرياضة - والفن) إلا أن معالجة هذه المجالات يتأثر بطبيعة الجمهور النوعي الذي تتوجه إليه ومستوى ثقافته.

ويهتم الإعلام المتخصص بمجال معرفي معين أو محدد ويوجه إلى جمهور عام كالقنوات الرياضية المفتوحة والمشفرة، من ناحية أخرى قد يكون التخصص من حيث الجمهور في مخاطبة جمهور محدد تجمعه خصائص وسمات مشتركة كقنوات (الطفل - والمرأة) مثل MBC3 وقناة طيور الجنة وقناة المرأة العربية التي تتوجه إلى قطاع المرأة من موضة وفن وأزياء.

ويعرفه سامي الشريف على أنه يهدف إلى إعداد ونشر واتاحه أنواع محددة ومتعمقة ومتخصصة من المادة الإعلامية بهدف توجيهها لجمهور محدد ذي خصائص وسمات واحتياجات وأذواق مشتركة أو متقاربة.

فالقائم بالاتصال (المرسل) - هنا - يعرف جمهوره بدقة ومن خلال هذه المعرفة يعد القائم بالاتصال مادته الإعلامية، ويضعها في الشكل الملائم أو المناسب لخصائص وسمات الجمهور، فبالتالي احتمالات نجاح الرسالة الإعلامية أكثر بكثير جداً من الرسائل أو المواد التي توجه إلى جمهور عام.

ويعد الإعلام المتخصص أحد أهم وسائل إتاحة ونشر الثقافة المتخصصة والمتعمقة لدى الجمهور مستخدماً كل عناصر الجذب والإبهار والأقناع التي تتميز بها كل وسائله المختلفة.

فالراديو مثلاً وسيلة سهلة الالتقاط والاستخدام، والتعامل معها من قبل المستمع لا يحتاج إلى خبرات ومهارات خاصة، كما أنه يتميز بعنصر السرعة أو الحالية، ويتميز بمكونات عنصر الصوت وتلوينه وفنون الإلقاء ومهارات الإذاعي (القائم بالاتصال) تعطي فرصة أكبر للجذب والابهار.

والتليفزيون يتميز بمزج عنصري الصورة بكل أشكالها أنواعها وعنصر الصوت بكل مكوناته؛ جعل منه وسيلة شارحه مقنعه مؤثره لافته للنظر والسمع والانتباه، بالإضافة إلى امكانية الاختلاف في أحجام وأنواع اللقطات وأسلوب المونتاج وحركة الكاميرا؛ والقدرة على عرض الصورة المتحركة، مما جعل الجمهور العام المتخصص في مضمون معين قطاعات متخصصة تتوجه للوسيلة لقراءة أو سماع أو مشاهدة المادة الإعلامية بإبهار شديد.

والإعلام المتخصص ينقسم إلى شقين وهما: التخصص في المضمون، والتخصص في مخاطبة الجمهور. فالأول يهتم بتقديم جرعات كبيرة من المضامين في مجال بعينه كمواد الدراما والرياضة والسياسة والاقتصاد، والثاني هو وجود صحف وإذاعات بشقيها المرئي والمسموع تخاطب فئة معينة كالطفل والمرأة.

ثالثاً- أهمية الإعلام المتخصص:

تأتي أهمية الإعلام المتخصص طبقاً لعوامل عده، وهذه العوامل لا تقاس فقط بمستوى الخصائص الاساسية كالعمر أو مستوى التعليم أو منطقة السكن وإنما أضافة لهذه العوامل هناك أهمية أخرى منها:

1. الاهتمام بالمزاج الشخصي والهوايات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام، تمشياً مع أنه كلما

ارتفع مستوى الحياة زادت المطالب وتعددت وأصبحت عناصر الإتاحة والكم والجودة ضرورية في ساحة المنافسة الإعلامية التي تسود في عصر الاتصال عن بعد وعصر ثقافة الصورة، وعصر التليفزيون والاتصال التفاعلي.

2. يقع على كاهل وسائل الإعلام مهمة نشر كافة أنواع المعارف، ولا يقتصر دورها على نشر نوعية محددة من المعارف ولكن كل مطبوعة أو إذاعة بشقيها المسموع والمرئي تتخصص في نوع محدد من هذه الثقافة.

3. ترجع أهمية التخصص في وسائل الإعلام نفسها لأن كل وسيلة إعلامية من الوسائل التقليدية تمتلك إمكانية أكبر للانتشار والوصول إلى قطاعات كبيرة من الجمهور على اختلاف نوعياته.

4. والتخصص جعل على وسائل الإعلام مسئولية أكبر خاصة على مستوى الإعلام الرسمي فمثلاً عندما يقوم التليفزيون بتقديم برامج تعليمية فإنه في هذه الحالة يقدم دور تعليمي يفترض أن تؤديه المؤسسات التعليمية، وعندما ننشئ إذاعة للقرآن الكريم مثلاً فأنها تقوم بأداء مهمة نشر المعرفة الدينية، دور يناط بالمؤسسات الدينية؛ ومن المهم أن نعرف أن وسائل الإعلام هنا ليست بديلاً عن المؤسسات المجتمعية ولكن هي مساندة لها.

5. البحث عن جمهور أكثر تحديداً يسعى إلى مضمون معين يرضى اهتماماته ويشبع بعض حاجاته في ظل التخصص المعرفي الثقافي، وفي ظل ضعف وقله بيع الصحف العامة على مستوى كافة الدول العربية والغربية.

6. تعددت مجالات المعرفة الإنسانية وبالتالي جاء التخصص مصلحة للتقدم العلمي والتكنولوجي، ومع التطور الهائلة في وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال تزايدت اهتمامات الجمهور ورغبته في التعرف على المستجدات في كافة مناحي الحياة.

7. يمثل اتجاه التخصص وعياً واتفاقاً مع نظريات الاتصال الحديثة التي لم تعد تنظر إلى الجمهور ككتله وإنما إلى مجموعات نوعية محددة لكل مجموعة احتياجاتها الاتصالية واشباعاتها التي تتحقق من انتقائها لما تستخدمه من وسائل الإعلام، وهكذا فإن الإعلام المتخصص يلبي الاحتياجات المختلفة لجمهور محدد تجمعه خصائص وسمات محددة مسبقاً، وتتفق اهتمامات القارئ مثلاً مع الصحيفة المتخصصة، مما يضمن التوجه بالفعل إلى الجمهور الذي يريد أن يستخدم المضمون الصحفي المقدم في الصحيفة، وهو ما يزيد من دور الصحيفة المتخصصة في التأثير الثقافي مقارنة بالصحيفة العامة، بالتالي فان معرفة الجمهور الذي يتوجه إليه تساعد القائم بالاتصال في تصميم مضامين صحيفة تتفق مع هذا الجمهور مما يؤدي إلى تفعيل الرسالة الإعلامية.

8. أصبحت النتائج أكثر دقة وعمقاً عما كانت عليه في السابق؛ فمثلاً أصبح القائم بالاتصال يعد رسالته من خلال الدراسات التي يجريها على الجمهور للتعرف على احتياجاته وأذواقه وبالتالي الرسالة الإعلامية تحقق أعلى نسبة في النجاح وهو الوصول للجمهور المستهدف وإرضاء ذوقه، واشباع حاجاته، وليس عما كانت وسائل الإعلام في السابق تعد رسالتها الإعلامية من خلال اللباقة، وعدم دراسة الجمهور، وبالتالي تصبح الرسالة تقدم بشكل عشوائي.

رابعا- مجالات الإعلام المتخصص:

تتعدد مجالات الإعلام المتخصص وتتأثر من ناحية تعددها بطبيعة المجتمع التي تصدر أو تقدم منه وله، من ناحية درجة تقدمه العلمي والثقافي، ومستوى تخصصه وطبيعة المستويين الثقافي والاقتصادي للقراء والمستمعين والمشاهدين، والامكانات التقنية والبشرية والمادية المتاحة.

وهذه بعض مجالات الإعلام المتخصص نجملها على النحو التالي:

1. إعلام متخصص يتعلق بالنوع (نساء . رجال)
2. إعلام متخصص يتعلق بالسن (أطفال . شباب . كبار سن)
3. إعلام متخصص يتعلق بالدين (إسلامية . مسيحية)
4. إعلام متخصص يتعلق بالهوايات (كرة قدم . صيد . شطرنج)
5. إعلام متخصص يتعلق بمهن مختلفة (معلمين . عمال . فلاحين . أطباء)
6. إعلام متخصص يتعلق بالعلوم (زراعة . طب . اقتصاد . كيمياء)
7. إعلام متخصص يتعلق بالإبداع الأدبي والفني (شعر . مسرح . قصة . نقد)
8. إعلام متخصص يتعلق بالأنشطة الرياضية (كرة قدم . تنس . سلة . سباحة)
9. إعلام متخصص يتعلق بالسياحة (آثار . معالم سياحية)
10. إعلام متخصص بالإعلانات (تجارية . خدمية)

خامسا- أهداف الإعلام المتخصص:

تتعدد أهداف الإعلام المتخصص (الصحافة، والإذاعة، والتليفزيون) والتي تسعى بالأساس إلى توفير خدمات إعلامية تلبي احتياجات ورغبات القراء والمستمعين والمشاهدين كلاً حسب اهتماماتهم بجرعات كمية وفيرة وبجودة عالية بما يتفق مع نظرية تفتيت الجمهور.

والتفتيت يعني «لامركزية الاتصال» تأصيلاً لبدء مرحلة جديدة من مراحل تطور العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، وظهور جماعات مفككة من الجمهور ذات مصالح خاصة تسعى وسائل الإعلام إلى مخاطبتها.

فضلاً على إتاحة المواد الصحفية والإذاعية المتخصصة لتلبي احتياجات الجماهير المستهدفة بما في ذلك النواحي الإخبارية والتعليمية والثقافية، بالإضافة يمكن للحكومات الاستفادة من وسائل الإعلام المتخصص من خلال العملية التعليمية والاستفادة من وسائل الإعلام خاصة التليفزيون في بث البرامج المتخصصة بالمقررات الدراسية بكل مستوياتها، وخدمة لسياسة وبرامج محو الأمية.

ونجمل أهداف الإعلام المتخصص كالآتي:

1. تلبية احتياجات ورغبات الجمهور حسب اهتماماته وبجرعات كمية وفيرة وبجودة عالية.
2. إتاحة برامج ومواد متخصصة وأكثر عمقاً في المضمون تلبي احتياجات الجمهور المستهدف بالمواد المختلفة.
3. تعزيز الجهود الحكومية في العملية التعليمية بمختلف مستوياتها وأنواعها وخدمة لسياسات وبرامج محو الأمية.
4. التأكيد على الانتماء الوطني وإعلاء الإحساس بالهوية القومية.

سادسا- الإعلام الجماهيري (العام) والإعلام المتخصص:

والاتصال الجماهيري يعني الاتصال بجماهير غفيرة وعريضة ومتباينة، تصلهم الرسالة الإعلامية ويتميز بمقدرته على الاتصال وتوصيل الرسالة للجمهور، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة، بينما الإعلام المتخصص له سماته ومحدداته المختلفة فهو إعلام محدد بمجال معين ولفئة معينة، وهدفه تلبية احتياجات هذا الجمهور وأن كان قليل من حيث العدد، ونعرض مقارنة بين الإعلام العام أو الجماهيري والإعلام المتخصص من خلال مكونات العملية الاتصالية: (القائم بالاتصال ـ المتلقي ـ الخبرة المشتركة ـ الرسالة ـ الوسائل أو القنوات ـ الهدف أو الأثر ـ رجع الصدى):

أولا: القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص لا يعرف جمهوره بشكل محدد، لأنه متباين وعريض وكبير الحجم، بينما القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص يعرف جمهوره بشكل دقيق ومحدد، لأن القائم بالاتصال هنا يعرف احتياجات واهتمامات ومتطلبات جمهوره من خلال دراسات ميدانية تجريها الوسيلة.

ثانيا: المتلقي في الإعلام العام أو الجماهيري لا يعرف القائم بالاتصال المتلقين بشكل دقيق فبالتالي يكون مستوى نجاح الرسالة الإعلامية ضعيف في الوصول والتأثير على أفكار ومعارف الجمهور، بينما في الإعلام المتخصص يعرف القائم بالاتصال متلقية بشكل دقيق وهم قد يكونوا أطفال أو عمال، أو ممن يهتمون بمادة إعلامية محددة كمواد الدراما وغيرها.

ثالثا: الخبرة المشتركة لا تتوفر في الإعلام الجماهيري؛ لأنه كما أسلفنا من قبل أن القائم بالاتصال لا يعرف جمهوره بسبب حجمة الكبير وبالتالي لا يوجد خبرات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي، وهنا يكتفي الإعلام الجماهيري بمعرفة العادات والتقاليد والثقافة السائدة في المجتمع، ولكنه لا يعرف الجمهور بشكل متعمق، بينما تكون الخبرات المشتركة متوفرة بشكل كبير في الإلام المتخصص لأن القائم بالاتصال على علم باحتياجات ورغبات جمهوره، وبالتالي هدفه الوصول إلى هذه الجماعات التي هو على علم بأنماط حياتها من خلال الدراسات التي يجريها.

رابعا: الرسالة في الإعلام الجماهيري تكون معده لجمهور غير محدد لا يعرفه القائم بالاتصال بشكل جيد، بينما تكون الرسالة في الإعلام المتخصص تلبية لرغبات وأذواق واهتمامات جمهور محدد وذلك من خلال المعرفة المتعمقة بين القائم بالاتصال وجمهوره.

خامسا: الوسيلة أو القنوات في الإعلام الجماهيري الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتليفزيون عامة وممكن أن تكون متخصصة من خلال ملاحق أو مواد بعينها، بينما الوسيلة في الإعلام المتخصص قد تكون تقليدية أو جديدة كوسائل الاتصال الجديدة التي أفرزتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال من وسائط متعددة ومن خلال الانترنت.

سادسا: الهدف أو الأثر يهدف الإعلام الجماهيري إلى مصلحة عامة للجمهور كالحملات الإعلامية من توعية وغيرها وخدمات للجمهور غير المتناهي، بينما يكون الهدف من الإعلام المتخصص قد تكون مصلحة عامه في بعض الأحيان ولكن هدف الإعلام المتخصص بالأساس مصلحة خاصة لجمهور محدد من خلال مضامين محددة.

سابعا: رجع الصدى لا ترجع المعلومات بشكل دقيق للقائم بالاتصال في الإعلام الجماهيري

فبتالي لا يستطيع القائم بالاتصال التعرف على مدى نجاح الرسالة الإعلامية بشكل جيد، بينما ترجع المعلومات بشكل دقيق وسريع للقائم بالاتصال في الإعلام المتخصص وبالتالي يعرف القائم بالاتصال ان كانت استطاعت أن تلبي احتياجات الجمهور أم لا وبالتالي التشجيع على الاستمرار في هذه الرسالة أو لا بناء على رجع الصدى المرتد من الجمهور.

سابعا- ايجابيات الإعلام المتخصص وسلبياته:

للتخصص فوائد عديده، ولكن نظير هذه الفوائد أو الايجابيات هناك بعض المضار أو السلبيات؛ وسوف يتم عرض إيجابيات وسلبيات الإعلام المتخصص في الآتي:

أولا- إيجابيات:

1. أنه إعلام يلبي احتياجات واهتمامات الجمهور الموجه له
2. أنه إعلام يهتم بالأذواق المختلفة
3. الاهتمام بجمهور محدد له سماته، وبالتالي له احتياجات ورغبات وأذواق مشتركة أو متقاربة
4. الاهتمام بالعادات والتقاليد وثقافة الجمهور الذي يوجه له رسالته
5. يهتم بالقضايا والموضوعات المختلفة، ويمنح وقت أو مساحة أكبر من الوسائل العامة
6. التخصص جعل النتائج العلمية في المجالات المختلفة أكثر دقه وعمقاً عما كانت في السابق

ثانيا- سلبياته:

1. انغماس كل فرد من مجال تخصصه وبالتالي أنعكس ذلك على روح التكامل الثقافي.
2. الابتعاد عن بقية أنواع المعارف والعلوم، ولم يعد قادر على استيعابها أو اللحاق بها والتواصل معها
3. جاءت بمشكلات ومخاطر وسلبيات يصعب في كثير من الأحيان السيطرة عليها
4. يكون التخصص في مجالات كثيرة غير مفيد بل منافي لقيم وأخلاق المجتمع، وهنا يكون التخصص فقد لعامل الربح وليس لعوامل الفائدة للجمهور
5. جاء التخصص بالعزلة أو ما يعرف بتفتيت الجماهير أو لا مركزية الجمهور من خلال خلق أذواق مختلفة ومتباعدة مستغلة الوسيلة عوامل الإبهار والجذب التي جاءت بها التكنولوجيا الحديثة، وهنا لابد أن تقوم وسائل الإعلام بمخاطبتها.

«الصحافة المتخصصة في وكالات الأنباء»

قال أ.د.تيسير أبو عرجه عميد كلية الإعلام في جامعة البترا بعنوان «الصحافة المتخصصة في وكالات الأنباء» في ورقة عمل مقدمة للجلسة الحوارية (الأخلاقية والكفاءة في عمل وكالات الأنباء) ضمن المؤتمر الـ 42 للجمعية العمومية لاتحاد وكالات الأنباء العربية في مملكة البحرين / 24-25 نوفمبر 2014 بجامعة البحرين فيما يلي نصها:

إن نظرة متفحصّة على المواقع الالكترونية لعدد من وكالات الأنباء العربية، تطلعنا على المحتوى الصحفي التحريري الذي تنشره هذه المواقع، وهو يتشابه في غالبيته في التسميات التي تأخذها أنواع التحرير الصحفي المنشورة، التي تقل عدداً أو تزيد، وتتفاوت في المضمون، على ضوء البيئة المحلية العربية التي تنطلق منها وتعكسها في تغطياتها الصحفية.

إن عنوان الورقة التي كلفت بوضعها، يتحدث عن (واقع الصحافة المتخصصة في وكالات الأنباء) وهنا أود أن أوضح أن الصحافة المتخصصة تعني في المصطلح الدقيق لها المجلات والجرائد التي تتناول موضوعات صحفية متخصصة، تتفاوت بين التخصص العام والتخصص الدقيق. ولكننا في معرض الحديث عن وكالات الأنباء، فإننا نؤشر على التحرير الصحفي المتخصص الذي تقوم الوكالات بنشره والعناية به.

وبمطالعة دقيقة لعدد من مواقع وكالات الأنباء العربية وقد اعتبرت عينة لهذه الدراسة الاستطلاعية وهذه الوكالات هي : وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، ووكالة الأنباء الكويتية (كونا) ووكالة أنباء البحرين(بنا)، ووكالة الأنباء السعودية(واس) ووكالة الأنباء الجزائرية، ووكالة الأنباء الفلسطينية(وفا)، ووكالة أنباء (معاً) الفلسطينية، ووكالة أنباء الامارات، ووكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية،ووكالة الأنباء القطرية(قنا)، فإن قراءة عناوين المادة الصحفية المنشورة على هذه المواقع، تشير الى الاحتفاء: بالأخبار السياسية، الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، الأدبية والفنية، العلمية، الرياضية، الصحية، وأخبار المحافظات، وأخبار المجتمع والناس، والخدمات الصحفية، وأقوال الصحف، والتحقيقات الصحفية، والمقالات المختارة من الصحف.

وتبرز خصوصية بعض الوكالات في اختيار عناوين للتحرير الصحفي تتصل بالواقع الذي تعمل في إطاره كأن تفرد وكالة أنباء(معاً) الفلسطينية زاوية اخبارية للأسرى، والاسرائيليات بمعنى أخبار الكيان الاسرائيلي، ووكالة الأنباء الجزائرية التي تعنى بالخبر(الجهوي) وتقصد به الأنشطة المتعلقة بالولايات الجزائرية.

وتقدم وكالة الأنباء السعودية زاوية بعنوان(التقارير والاستطلاعات) وزاوية بعنوان(خدمات الصور) وتقدم وكالة أنباء البحرين زاوية بعنوان(منوعات)و(البرلمان) و(أخبار الحوار الوطني) و(ثقافة الخدمة المدنية)و(الثقافة البرلمانية) و(الثقافة الأمنية) و (أطفال بنا) و(بنا الأسرة). ووكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا) زوايا اخبارية تحمل عناوين (الرئاسة) و (التشريعي) و(القضاء) و(منظمة التحرير) و(تضامن) و(شؤون اسرائيلية).و(جاليات). و(دراسات وأبحاث). وتقدم وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية زاوية للشؤون العسكرية. وتقدم وكالة الأنباء

الكويتية (كونا) زاوية بعنوان(الدفاع والأمن) و(النقل والمواصلات).
وتهتم وكالات الأنباء العربية ببيان طبيعة الخدمات الصحفية التي تقدمها والمواقع الثابتة التي تعنى بها، ولدى البعض منها خدمات تلفزيونية وخدمات صحفية مصورة وخدمات فيديو تحت بند الوسائط المتعددة.
إن وكالات الأنباء العربية، التي تمارس مهام تقديم الخدمات الاخبارية والمواد والمعالجات الصحفية، بالكلمة والصورة والفيديو، تفصح على مواقعها الالكترونية عن مهامها وصلاحياتها التي تقوم بها، وعن الوحدات التحريرية والأقسام التحريرية والفنية والادارية التي تشتمل عليها، وكذلك القيم والأهداف التي تتطلع لتحقيقها، إضافة الى الجديد الذي تقدمه على صعيد الخدمات الصحفية والتكنولوجيا المتطورة التي تقوم بتوظيفها، وقد أضافت وكالة أنباء(بترا) الأردنية مادة حول خطتها الاستراتيجية للأعوام 2015-2012، واعتمدت المكاشفة في بيان نقاط القوة والضعف التي تتصف بها.
تحرير الأخبار
إن الصحفي الذي يشتغل بالتحرير المتخصص، هو محرر إخباري يهمه مطابقة ما يتّم جمعه من الأخبار وتحريره وفق العناصر الأساسية التي تعطي للخبر قيمته ومعناه وجدارته بالنشر والتوزيع.
وليس من السهل تعريف الخبر، ومؤكد أن الخبر ليس له تعريف علمي. فالشيء الواحد قد يكون خبراً في يوم، وقد يتم تجاهله من الناحية العملية في اليوم التالي. فالخبر يعتمد على الوقت والمكان والمحرر والجمهور ومما قاله- جون هو هنبرغ- وهو من كبار دارسي الصحافة، إن تعريفات الخبر تتفاوت بين ما هو أكاديمي وما هو مثير للسخرية، والواقع أن هناك من التعريفات ما يعادل عدد الصحفيين.
ويشار الى أن: المعلومات التي تكتسب صفة الخبر إذا توافرت لها العناصر التالية على وجه التخصيص (وعلى نحو من الأنحاء):
- أن تكون مرهونة بوقتها
- أن تكون هامة
- أن تستأثر بالاهتمام
المهمة الأولى، إذن، إدراك قيمة الخبر، ومعالجة الخبر بما يستحق من الفهم والمعلومات الدقيقة وصوابية المعالجة بناءً على الدراية بحيثيات القضية المبحوثة أو الموضوع الخاضع للتحرير أو التغطية الاخبارية. والمهمة الثانية، هي تفسير الخبر، وهذه يمكن أن تسند للمتحررين المتخصصين بأي شأن من الشؤون التي تتطرق إليها الأخبار. وهذا التفسير يعني إزالة الغموض عن الخبر، وبيان الرأي المتخصص، في الشؤون التي يدق تفسيرها، ويصعب إدراكها على عامة القراء، وخصوصاً عندما يتعلق الأمر بنقل المواد المتخصصة، بمصطلحاتها الدقيقة، إلى المتوسط العام القارئ، بحيث يسهل فيهما واستيعابها.
إن هناك ضرورة لاستيعاب عناصر الخبر، وانتقاء المادة الاخبارية التي تتفق مع معايير النشر، بما ينسجم مع مصالح البلاد، ويتصف بالقيم الاخبارية المتعارف عليها، وتتطابق كذلك، مع اهتمامات الرأي العام، وتتناسب مع مقتضيات الوقت والأهمية والحالة الاعلامية.

إن هذا المحرر الإخباري، يلزمه مجموعة من الميزات التي تمكنه من إتقان دوره في التحرير والمعالجة والتفسير، وأهمها:

- الكفاءة التحريرية واللغوية
- الكفاءة التكنولوجية
- الكفاءة الخلقية، التي تتمثل بما يلي:
  - عدم التحيز في التعامل مع الأخبار، لجهة المبالغة، أو الحذف والتجاهل.
  - عدم التلاعب في حقائق الخبر
  - الفصل بين الرأي والخبر
  - البعد عن الشخصنة والمصالح الآنيّة
  - الاهتمام بتصنيف القضايا حسب الأولويات الأساسية
  - اشباع الموضوع بما يتطلبه من المعلومات والخلفيات الضرورية.
  - أهمية الانفتاح على الخبراء والمحللين والمتخصصين.

التحرير الاخباري المتخصص

إن التحرير الخباري المتخصص، يتوزع بين الأخبار المحلية والأخبار العربية والأخبار الدولية. ويعني التخصص هنا، وجود المحررين القادرين على التعامل مع الأخبار وتحريرها بمنطق الحرفية والوعي والقدرات الفكرية واللغوية والدراية بالابعاد السياسية والخلفيات الفكرية، لأن اختيار الاخبار وانتقاءها وتحريرها وما تتطلبه من معالجات تفسيرية وتحليلية، إذا ما أردنا العناية بها كمادة متخصصة، يتطلب وجود المحررين الأكفاء الذين يكون دأبهم العمق في تناول الروايات الاخبارية.

إن هؤلاء المحررين معنيون بمعرفة:

- ما هو جوهري وما هو ثانوي من المعلومات التي تقدمها المصادر الصحفيّة.
- البناء المنطقي السليم للخبر
- كفاءة بناء المقدمات الاخبارية
- اشكالية الفصل بين الخبر والتعليق
- مدى الحياد والانصاف في التغطية الاخبارية إزاء جماعات المصالح والأحزاب والتنظيمات المختلفة.
- كيفية التفريق بين الفنون الصحفية وما هو موقع الخبر منها.
- استيعاب أساليب التحرير التي تطبقها الوكالة.
- المواءمة بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد.
- القدرة على ادارة الحوارات السياسية والاجتماعية
- القدرة على اجراء المقابلات الصحفية المهمة مع الرموز المؤثرة في الرأي العام.
- التحرير الاخباري المتوازن الذي يحفظ التوازن داخل المجتمع بتركيبته السكانية والاجتماعية.
- اشكالية مواجهة النقص في المعلومات عندما تتطلب التقارير الاخبارية مثل هذه المعلومات.
- استيعاب ثقافة المجتمع وتركيبته والعوامل المؤثرة في الرأي العام المحلي.

- التمتع بالمهنية الصحفية العالية المتمثلة باختيار الشخصيات المناسبة للمقابلات الصحفية والتصريحات الصحفية، واجراء التحقيقات الصحفية من خلال دراسة موضوع التحقيق واعداد المواد الأولية اللازمة له ورسم خطته المحكمة قبل الانطلاق الى ميدان المقابلات واجراء الأحاديث واستقصاء طبيعة المشكلة المبحوثة.

- اجادة اختيار مواضيع الحوارات في القضايا الحيوية، وهناك قضايا يتم اختيارها في بعدها الآنّي المُلح، وتلك التي تأخذ أبعاداً متصلة الأهمية وان كانت ذات تاريخ طويل.

- الانتباه الى ذلك النوع المهم من الأحاديث الصحفية، وهو حديث الشخصيّة لأن مفاتيح الحياة بأيدي الناس من صانعي الأخبار وصانعي النجاحات وصانعي الأزمات كذلك.

- الحذر من التضليل الذي يمارسه بعض المتحدثين في تقديم معلومات منقوصة أو تلميع للذات أو طعناً في الخصوم.

- الحذر من أولئك النفر من الشخصيات العدمية الناقمة الرافضة وغير الإيجابية التي لا ترى في الأفق أي شيء يمكن أن ينوّه عنه من الإنجازات.

- الدقة في اكتشاف الأسئلة الصحفية والصياغة السليمة لها. والدقة في الاقتباس والعزو الى الشخصيات مما يرد على ألسنتهم من التصريحات.

- القدرة على تلخيص ما يقال في المؤتمرات الصحفية على طريقة الهرم المقلوب المتدرج. مع التركز على النقاط الجوهرية وسلامة التحرير والتلخيص.

- أهمية التركيز على النقاط الجوهرية في الأحداث موضوع التغطية والبعد عن الكليشيهات التقليدية في التحرير.

إن التحرير الصحفي المتخصص يطرح اشكالية الصحفي المتخصص، فمن أين يمكن إيجاد هذا الصحفي وكيف يمكن العمل على تدريبه وتنمية قدراته المهنية في مجال تخصّصه:

- يمكن الاستعانة بخريجي التخصصات الأكاديمية المنوعة في مجالات العلوم السياسية والاقتصاد واللغة العربية واللغة الانجليزية والقانون والاعلام والتربية الرياضية ... الخ.

- اتاحة الفرصة لهؤلاء الخريجين من التخصصات الأكاديمية للحصول على دورات الكتابة والتحرير وصياغة الأخبار وكل ما يتصل بشؤون المهنة الصحفية من خبرات ومهارات ضرورية.

- استقطاب نخبة من الخبراء والمتخصصين في المجالات الأدبية والانسانية والعلمية من اساتذة الجامعات والعاملين في القطاعات الانتاجية ومؤسسات البحث العلمي ومراكز البحوث والدراسات ليكونوا مستشارين ومحللين وباحثين يتم اللجوء إليهم لاضاءة القضايا والمشاركة في الندوات النقاشية المتخصصة التي يحتاجها العمل الاخباري المتخصص في وكالات الأنباء.

إن من النادر في الوسائل الاعلامية العربية وجود الصحفي المتخصص تخصصاً دقيقاً، لأن معظم ما نقرأه هو لكتّاب الأعمدة الذين يكتب جلّهم في الشؤون العامة، ويعتمدون على الكتابة السريعة التي تفتقر الى التعمق ومعرفة الخلفيات الواسعة عن بعض السياسات والمذاهب الفكرية والبلدان التي يكتبون عنها. علماً، بأننا على سبيل المثال، في الشؤون العربية والدولية، يمكن أن نبين الحاجة

الى محررين متخصصين بعمق في الشؤون التالية:
- القضية الفلسطينية والشؤون الاسرائيلية
- الاسلام السياسي وتنظيماته وخلفياته الفكرية
- شؤون القارة الافريقية والدول العربية المغاربية.
- الطوائف والمذاهب في المنطقة العربية والاسلامية
- غرب أوروبا وشرقها والولايات المتحدة الأمريكية
- المنظمات الدولية المتخصصة
- الحرب الباردة والأحزاب الشيوعية الدولية ... الخ
- دول الجوار العربي – المتوسطي، وإيران وتركيا
- الجغرافيا السياسية ودورها في الصراعات داخل المنطقة العربية.

الصحفي المتخصص ... التأهيل والمهام

إن التحرير المتخصص يقتضي من العاملين فيه:
- إجادة الكتابة الصحفية وشروطها من حيث عناصر الخبر والالتزام بالصياغة الصحفية.
- التمكن اللغوي ثقافة ونحواً وصرفاً
- العمل على تبسيط المصطلحات العلمية انسجاماً مع مستوى الجمهور المخاطب الذي يتعامل مع وسائل الاعلام.
- التدرب على التحرير بسرعة وتنافسية مع عدم التضحية بعنصر الدقة في المعلومات.
- التمكن من الصياغة الصحفية الملائمة للعناوين الاخبارية.
- التدرب على كتابة المقدّمات الاخبارية التي تتضمّن أهم المعلومات الواردة في الخبر، ملخصّة دالةّ مشجعّةً على الاستمرار في قراءة تفاصيل الخبر الى نهايته.
- أهمية التمكن من أسلوب التشويق في عرض المعلومات الأساسية الواردة في الخبر واختيار الكلمات المناسبة المعبرة تماماً عن المعلومات الورادة في الخبر.
- التدرب على كيفية التعامل مع الوثائق والاستفادة منها وتوظيفها في التقارير الصحفية والاخبارية المتخصصّة.
- التدرب على كيفية تغطية الندوات والمؤتمرات المتخصصة، وعدم الاكتفاء بالكلمات الافتتاحية التي تقال، بل الدخول الى معترك النصوص، والمناقشات المعمقة للأوراق العلمية المقدمة في هذه الندوات.
- إن على المحرر الانخراط بقوة في الميدان المتصل باختصاصه، لكي يتعايش تماماً مع الأنشطة والأدبيات والمعلومات، ومصادر الأخبار، والمصطلحات والخلفيات العلمية للتخصص، الذي يقوم بتغطيته ومعالجة مواده الصحفية، لكي يتمكن من التعامل معه في مجالات التحليل والتعليق.
وعليه، كذلك، بناء ثقافة متخصصّة، من خلال القراءة والمتابعة والتوثيق لكل ما تصدره الهيئات المتخصصة من معلومات وأرقام وإحصائيات يمكن البناء عليها، لتشكل بذلك للصحفي بنك بيانات متخصصّة، يعرف كيف يوظفّها في الوقت المناسب.

يشير(عبد العزيز شرف) إلى أهمية التحرير الاعلامي، وجوهره هو الاعلام ورواية الأحداث وتفسيرها باستخدام الأشكال والفنون التحريرية المختلفة ووجدنا أن هذه الماهيّة تنّص بالضرورة على ارتباط التحرير الاعلامي بالجمهور. ولذلك كانت أهم خصائصه معالجة الأمور الصعبة بأسلوب سهل. وتفسير الأحداث العظيمة بعبارات سلسة بسيطة.

والتحرير الاعلامي فن عملي اجتماعي يقصد الى التبسيط للجماهير من خلال واقعيته وعموميته، وهو فن تطبيقي يهدف الى الاتصال بالجماهير ونقل المعاني والأفكار إليهم، فهو فن وظيفي وليس فناً جمالياً يقصد لذاته.

وعلى هذا الأساس، يمكن للتحرير الصحفي المتخصص الذي تقدمه وكالات الأنباء، التوسع في مجالات التحرير المتخصص من صحة وتكنولوجيا وثقافة ونقد وطاقة وتعليم وزراعة واقتصاد، وكل ما يتصل بأدوات الانتاج والمرافق وأشكال التجارة والصناعة ونسق الانتاج السائد في المجتمع، إضافة الى الفنون والآداب والتراث والسياحة... الخ.

خصوصاً مع تعدد وسائل الاعلام، والدور الذي تأخذه شبكات الاتصال الاجتماعي، من المساحة الزمنية في حياة الناس، رغم التفاوت في مستويات ما تنشره من مواد كتابية ومصورة وفيلميّة،إضافة الى الأشياء الغريبة والطريفة ومواد اخبارية متعددة المسارب والنكهات والمصادر.

ونتساءل هل يمكن لمعاهد الاعلام وكلياته في الوطن العربي تخريج الصحفيين المتخصصين في فروع الأخبار والأنشطة الثقافية والعلمية، وفي الحق فإن هذه الكليات بمناهجها الراهنة تخرج القادرين على القيام بأعمال المندوبين الصحفيين العامين، الذين يحتاجون الى تأهيل نظري وعملي يؤهلهم في العمل التحرير المتخصص، من هنا كان اقتراح عدد من المختصين ((بأن تقتصر دراسة الصحافة على الدراسات العليا فقط من مختلف الكليات والتخصّصات لمن يرغب منهم ويتوسم في نفسه الموهبة للعمل الصحفي)). ثم إن مرحلتي الماجستير أو الدبلوم العالي التي تتيحها بعض كليات الاعلام في الوقت الحاضر يمكن أن توفر عدداً من العاملين في التحرير المتخصص، إذا ما أضافوا التعليم العالي والرسائل الجامعية في الاعلام وفروعه المختلفة الى الدرجات الجامعية التي حصلوا عليها في غير اختصاصات الصحافة والاعلام.

علماً بان هناك جهوداً كبيرة تبذل لتجسير الفجوة بين النظرية والتطبيق في الدراسات الاعلامية، من خلال زيادة ساعات التدريب العملي في مناهج تدريس الاعلام، واتاحة فرصة كافية لتدريب خريجي الاعلام في مراكز التدريب المؤهلة بعد تخرجهم، وقد أوصت لجنة متابعة تطبيق الاستراتيجية الوطنية للاعلام في الأردن بأن تكون دراسات الاعلام تحت مسمى الدراسات التطبيقية لأهمية ذلك واتصاله الوثيق بطبيعة التخصصّ.

أما فيما يتصل بتأهيل مراسلي وكالات الأنباء العربية، فإن نجاحهم في مهامهم الاعلامية يتطلب توفيرما يلي :

- التأهيل العلمي المناسب الذي يؤهلهم للالتحاق بهذه المهنة.
- استيعاب ثقافة المجتمع الذي يتواجدون فيه، وتركيبته الاجتماعية والسياسية والعوامل المؤثرة في الرأي العام.

- استيعاب الموقف السياسي في كلا البلدين، بلده الأصلي، والبلد الذي يعمل فيه مراسلاً.
- أهمية البحث عن الحقائق والحياد في عرضها أمام الجمهور في تقاريره الصحفية.
- استيعاب التحديات المهنية، التي تتصل بمدى تعبير التصريحات الصحفية عن مصالح الفئات والجماعات والتفريق بين التقارير الاعلامية والتقارير الدعائية.
- التريث عند استلام المعلومات الأولية بانتظار ما يوضحها أو ما يكملها أو يغطي الفراغات المعلوماتية فيها .
- القدرة على الكتابة الصحفية المعبرة تماما عن الوقائع لأن أي شطط لغوي غير سليم أو غير دقيق يعطي الوقائع معاني مغايرة ويوقع المراسل في مطبات مهنيّة .
- العناية بالقراءة الفعالة للوثائق في أبعادها المختلفة المحلي والعربي والدولي .

ونتساءل إلى أي حد تستطيع وكالات الأنباء العربية التي تمارس العمل الإعلامي الرسمي أن تكون مبادرة وسباقة ورائدة في مجال النقد وإثارة القضايا المهمة، وأن تكون عوناً للسلطة في محاربة الفساد ، وكشف الأخطاء .

وإلى أي حد يمكن للمندوب الصحفي أن يستفيد من الموضوعات والمشكلات التي يثيرها المواطنون في سائر أماكن تواجدهم ، وأولائك الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لبناء قصص صحفية قائمة على المعلومات والمقابلات وتوضيح حقائق ما تتم إثارته، وصياغته في موضوعات صحفية وتقارير حية مبنية على الوثائق والحقائق والتصريحات .

كيف يمكن مواجهة (نقص العناصر الكفؤة) كما ورد في تقرير وكالة الأنباء الأردنية (بترا) وكيف يمكن مواجهة العناصر التي ترفض التطور، وتمارس الشد العكسي، وتركن إلى الاستقرار الوظيفي الحكومي دون أن تتطور، أو تكون فاعلة، وهل هناك أسباب ذاتية وسيكولوجية يراها البعض حائلا دون تفاعله الإيجابي وتطور وتقدمه. الأمر الذي يجعل قفزات التطور أقل من الطموح، والمعالجات الصحفية أقل مما ينبغي في معيار المهنية العالية التي نطمح إليها. وكيف يمكن تبرير عدم الوصول إلى المستويات التحريرية المرموقة رغم توفر التكنولوجيا المتقدمة والعناصر البشرية المؤهلة أكاديميا. وكيف يمكن تفسير :

- الوقوف أمام الأخطاء أو المرور عليها دون الإحساس بالذنب تجاهها.
- عندما تغيب الجدية في العمل وعدم الاكتراث من مسألة الإبداع من عدمه .
- عندما يشعر بأنه يعمل بمفرده ويرى الآخرين لا يعملون بينما يتقاضون الأجور مثله أو أكثر .
- عندما لا يجد نفسه مضطرا لتطوير قدراته الفكرية والمهنية ما دام الأمر لا يقف عند هذه النقطة في التقييم النهائي له .
- عندما تكون المرجعية في الترقية ليست الإبداع أو الانتاج بقدر ما هي سنوات الخبرة أو الأقدمية بصرف النظر عن انتاجيته عبر هذه السنوات.

ونتساءل : كيف يكون التعيين أو الالتحاق بالعمل في هذه الوكالات، هل في الامتحانات التي تخضع لمقاييس محددة أم الواسطة بصرف النظر عن الخبرة والكفاءة والمؤهل العلمي.

وما مدى التكيف مع التطورات التقنية والتغييرات في طبيعة عمـــل ومهام وسائل الإعلام، التي جعلت أساليب التحرير الصحفي تتجاوز الماضي، إلى مزيد من التطور في استخدامات الكلمة

والصورة والفيديو، إضافة إلى امتلاك الوكالات لقنوات الراديو والتلفزيون. بينما يقف البعض عاجزا عن التجارب أو رافضا لها.

وما مدى امتلاك السند الأخلاقي الذي يتصل بالحرص على سلامة الأداء والاتقان باعتباره يعكس كرامة المهنة وكرامة الإعلامي الذي لا تسمح له بالخروج عن المألوف في علاقاته ومعالجاته واتخاذه الخلق القويم مسلكا لا يحيد عنه مهما كانت المغريات.

وبرأينا، فإن دواعي التطور، وتقديم التحرير الصحفي الشامل المتخصص، وبالطريقة التي تتناسب وتقدم العصر، وتنوع وسائل الإعلام، والتدفق الكبير للرسائل الاتصالية، يتطلب من الوكالات القيام بالمراجعة الشاملة لأعمالها وتغطياتها الإخبارية، والقيام بالمزيد من الخطوات على طريق تأهيل المندوبين والمراسلين الصحفيين من الشباب الجامعي، ومنهم فرصة التدريب العملي المكثف، وتعريفهم بالبيئة القانونية والتشريعية لعمل الإعلام، والتمكن من لغة الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة .

إن هناك حاجة لإعادة النظر في أساليب التحرير الصحفي، من خلال عناصر الحيوية والجاذبية التي تتطلبها صياغة القصص الصحفية الإخبارية، والاهتمام بالتحليلات الصحفية المعمقة ، والاستعانة بالخبراء والمتخصصين في رفد المواد الصحفية، وفتح الطريق أمام جيل جديد من المتحدثين البارزين المبدعين في مجالات الإبداع والإنتاج والفكر، والتخفف من العمل المكتبي والحصول على التصريحات الهاتفية ذات الطابع الرسمي أو الدعائي، والالتحاق بالميدان لنقل حياة الناس وهمومهم ومشكلاتهم والتداعيات الناشئة عن أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية.

اخلاقيات العمل الصحفي



تعريف اخلاقيات العمل الصحفي

مهما كانت التحديات والصعوبات التي تواجه الصحفي في سبيل اتمام مهمته الصحفية واثبات معلوماته إلى مصادر واضحة ام مستترة ، فيجب على الصحفي ان لا يسقط اخلاقيات المهنية والمثاليات الاخلاقية من حسابه ، فما وجدت الاخلاق في اي فعل الا زانته وليس العمل الصحفي بمعزل عن ذلك.

يعرف قاموس الصحافة والإعلام على أن أخلاقيات المهنة هي مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة.

هناك عدة تعريفات للأخلاقيات ولكن التعريف الإجرائي هو:

هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الاحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الاعلامية ودورها في المجتمع وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وادارة المناقشة الحرة، مع التقليل إلى أقصى حد من الاضرار التي يمكن ان تلحق بالجمهور أو الافراد او المصادر وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين.

ويرى خبراء ان وسائل الإعلام تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث. فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والأخبار في كل مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار التعليم من ناحية والتطور الصناعي المعاصر من ناحية أخرى، حيث انتشر استخدام الراديو والتليفزيون والمحطات الفضائية والإنترنت والصحف والمجلات باختلاف أنواعها واتجاهاتها مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات.

والإعلام بوسائله المتعددة يؤثر تأثيرا كبيراً في توجيه الرأي العام، ويعتبر وسيط التغيير، فهو الذي يخلق وعياً لدى المجتمع بمعوقات التقدم فيه، كما أنه يروج لأفكار المساواة والحرية والعدالة الاجتماعية.

ويكون التأثير الإعلامي كبيراً عندما يتمتع المجتمع بحرية التعبير التي تعني الحق في نقل الأفكار والآراء والمعلومات بدون قيود حكومية بهدف تشجيع نقل الأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة حول الشؤون العامة وصالح المجتمعات.

إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة فهناك أخلاقيات المهنة التي تحكمها في الأساس أخلاق عامة مثل الصدق والشرف والنزاهة، وإلى ما شاكل من أخلاقيات، والغرض منها في النهاية هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس.

والفكرة في الأساس أن يكون هناك حوار بين جميع الأطراف في المجتمع للوصول إلى المعايير الأخلاقية الهامة، خاصة أن هناك معايير أخرى لا يمكن إغفالها في عالم اليوم مثل الكفاءة والقدرة وفهم المتغيرات الحقيقية التي يشهدها العالم وهي أهم قيمة الآن في أخلاقيات المهنة، بحيث تستند على احترام الأفكار التي تطرح من الأطراف الأخرى ليحدث التوازن الطردي بين العاملين والمستهلكين في حقل الإعلام.

وفي هذا الإطار يجب أن نشير أن هناك 4 وظائف أساسية تقوم بها وسائل الإعلام، الأولى، وظيفة سياسية وتعني إبلاغ المواطنين بكل ما يدور في الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة حيث تصبح وسائل الإعلام جزءاً متداخلاً في العملية السياسية من خلال مراقبة مراكز السلطة على كل المستويات. الثانية، الوظيفة التعليمية، وتشمل تقديم التقارير الصادقة ومناقشة مختلف الأفكار والآراء والمواقف. الثالثة، وظيفة المنفعة، وتعني تقديم المعلومات المرتبطة بالأحداث، أي أن تكون الصحافة مر ة لما يقع من أحداث في المجتمع. والرابعة هي الوظيفة الثقافية، وتعني تدعيم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع.

وبالتالي فهناك مبادئ أو مسؤولية Responsibility تقع على كاهل وسائل الإعلام لتحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسؤولة من خلال 3 مستويات:

1 ـ مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين.

2 ـ مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي، وهي امتداد للمسؤولية الأولى.

3 ـ مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه، وذلك من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من

الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه في صالح المجتمع.
وهناك رأي يرى أن وسائل الإعلام كثيراً، ما تضحي بالجانب الأخلاقي عند الممارسة في سبيل الحصول على الأرباح وتحقيق السبق الصحفي، ويتصادم حق وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعلومات ونقل الثقافة والفنون والعلوم مع حق المجتمع في الحفاظ على بنائه وأمنه وقيمه وتقاليده، وكذلك حق المواطنين في حماية سمعتهم من القذف والتشهير والحفاظ على أسرار حياتهم.
كما أن أطراف المعادلة هي القيم التي يجب أن تسود في علاقة الإعلامي بالمؤسسة التي يعمل فيها أو بالمصادر أو بالحكومة أو بالمستهلكين أو بالرأي العام أو بالفكرة، وهذه الأطراف هي التي تخلق هذه القيم والتنافس الحاد في وسائل الإعلام، جعل صاحب الصحيفة والمسؤول عنها من الأطراف الضعيفة جداً، لأنه يجب أن يلهث في هذا الصدد حتى يكون موجوداً في السوق. ولكن إذا خرج عن المعايير التي تسود في هذا السوق أو حاول أن يستغل صحيفته ومهنته، سوف تفشل الصحيفة وتنزوي، وبالتالي لا تكون ذات تأثير كبير، وخاصة أن الإعلام لم يعد مكلفاً، ويصل الآن للجميع، كما أن الميزة الاحتكارية سقطت منذ زمن طويل.
وعلى الرغم من أن وسائل الاتصال الجماهيرية تعكس ما يحدث في العالم بطرق عديدة، فإن هذه الوسائل تختار أفقيا ما تعرضه لنا ليبدو حقيقياً، ونحن نقبل هذا التفسير الذي أصبح جزءاً من إدراكنا وخبراتنا.
إلا أنه في عالم اليوم الذي أصبح فيه المجال مفتوحاً والتطور أساسيا ليست هناك حقيقة، ولكن لا يجب أن نكون أسرى في هذا العالم لقيم التشاؤم أو التفاؤل، فنحن في عصر الألوان المتعددة، فعصر اللونين انتهى بالفعل، ويجب أن نعرف أن هناك حقيقة نبحث وراءها، ولم نصل إليها على الإطلاق، وهي وظيفة الإعلامي في هذا العصر، ومن تصور أنه وصل سيجد تحت قدميه رمالا يغوص فيها، وميزة هذا العصر أن الحقائق أصبحت شيئا وهميا والمبدع هو الذي سيجذب القراء والمشاهدين! فمن تصور أنه فهم العالم الجديد فهو واهم، فهذا يحتاج إلى كثير من الفهم والتواضع، وكثير من التواجد.
وأخيراً فقد تميز القرن العشرون بظاهرة تفجر المعلومات التي يتم نقل جانب كبير منها عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية مما يفرض على الإعلاميين ضرورة الالتزام بمسؤولياتهم الاجتماعية حيال مجتمعهم، وعدم تغليب الاعتبارات المهنية الضيقة على الاعتبارات الأخلاقية العامة، كذلك العمل للصالح العام، وليس للمنفعة الخاصة.
والإعلام الحر هو الذي يكون مناوئاً للحكومة، وليس عدائياً، والشخص الواقعي هو الذي يدرك أنه لا توجد حكومة معصومة من الخطأ، وكذلك لا يوجد إعلام معصوم من الخطأ، والتقويم يتم عن طريق النقد الهادف. وبأي حال من الأحوال، فإن العبرة ليست دائماً بفرض القوانين والتشريعات، وإنما العبرة بمراعاة الأخلاقيات عند ممارسة العمل الإعلامي.

مسئولية وسائل الإعلام نحو المجتمع

تتمثل هذه المسئولية في مجموعة من الحقوق التي ينبغي لوسائل الإعلام العمل عليها لصالح المجتمع، ورغم الاتفاق على أهميتها وضرورتها لأى مجتمع إلا أن درجة الالتزام بها تختلف من مجتمع إلى آخر ، ومن ميثاق أخلاقي إلى آخر، وأبرز هذه المسئوليات:

1. الدفاع عن الحرية العامة.
2. حق الجمهور في المعرفة.
3. إدارة المناقشات الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور.
4. الدفاع عن مصالح المجتمع واحترام قيمه.
5. احترام حق المجتمع في إدارة العدالة.

أولاً الدفاع عن الحريات العامة :

للعلاقة القوية بين حرية الإعلام وحرية المجتمع، فإن دفاع وسائل الإعلام عن الحريات للمواطنين مسئولية مجتمعية، وأن دفاع وسائل الإعلام عن هذه الحريات هو حماية لحق هذه الوسائل في أن تعمل في مناخ حر يساعدها على أداء وظائفها على الوجه الأكمل.

لذا فإن التزام الإعلاميين بهذا المبدأ يشعرهم بأنهم حراس الحرية والمدافعون عنها مما يزيد في اعتزازهم بأنفسهم وبمهنتهم، وتتمثل هذه الحريات في:

أ. حرية العقيدة

تعتبر حرية العقيدة من أهم الحريات العامة، لكن هذه الحرية لم تذكر سوى في ميثاق واحد وهو ميثاق سلوفاكيا الذي أصدرته نقابة الصحفيين في سلوفاكيا في عام 1990.

ب. حرية الفكر

ج. حرية الرأي والتعبير:

أجمعت المواثيق على ضرورتها وأهميتها وهي تشكل أساس حرية الصحافة، ولكن لعدم وجود ضمانات دستورية وقانونية لحماية هذا النوع من الحريات، نجد أن كل الأنظمة السياسية تقريباً تقيد حرية الرأي ... فإذا كانت المجتمعات الشمولية تقيد هذا الحق باستخدام القانون والقهر، فإن المجتمعات الرأسمالية تقيده بواسطة الضغوط الاجتماعية كفقدان الوظيفة، وفرض الضرائب على المؤسسات الإعلامية ...ألخ

د. حرية الصحافة:

على الرغم من أن معظم المواثيق الأخلاقية تنص على هذه الحرية صراحةً أو ضمناً، إلا أنها كسابقتها تحتاج إلى ضمانات دستورية و قانونية.

وبما أن حرية الصحافة هي الأصل في العمل الصحفي، فإن ذلك يفرض على الصحفيين ضرورة التضامن للدفاع عن حرية الصحافة في مواجهة أي نوع من القيود القانونية... فلا صحافة بلا حرية، ولا حرية بلا أخلاقيات.

وبمعنى آخر، فإن الحرية تصبح بلا معنى فلا صحافة بلا أخلاقيات، كما أن الحرية شرط أساسي لقيام الصحفي بعمل أخلاقي، وهنا يمكن القول أن الحرية لا تعني أن الصحفي يستطيع أن يفعل أو يكتب أو يقول ما يشاء، وإنما تعني أن يكون حراً في توسيع آفاق فكره وعمله واحترامه لحريات الآخرين.

وعندما يدرك الصحفي أن الحرية والمسئولية هما جناحا العمل الصحفي، هنا تصل الصحافة إلى مرحلة النضج، واحترام الجمهور لها.

ثانياً حق الجمهور في المعرفة:

يمثل هذا الحق الأساس النظري لحرية وسائل الإعلام، إلا أن التأكيد الأخلاقي على هذا الحق لم يرد في المواثيق الأخلاقية للمؤسسات الإعلامية إلا في القليل منها، وعلى الرغم من أهمية المعرفة التي تقدمها وسائل الإعلام إلى الجمهور، إلا أن المواثيق لم تقدم تصوراً لنوعية المعرفة التي يجب على الجمهور على الرغم من أهميتها في تأهيل المواطنين لمارسة الديمقراطية وتطوير حياتهم وخدمة برامج التنمية وتشكيل المناخ السياسي الذي يفرض على القادة اتخاذ القرارات التي تحقق مصالح المواطنين.

إلا أن ما تقدمه وسائل الإعلام من المعلومات رغم الكم الهائل في حجمه إلا أن نوعيتها قد أحالت أفراد الجمهور إلى مستهلكين للتسلية والمتعة والإثارة (تسلية معلوماتية)، بينما المعرفة المطلوبة هي تلك المعرفة التي تزيد من القدرات العقلية الثقافية والتحليلية والإبداعية والنقدية.

إن الحق في الحصول على المعرفة و المعلومات هو حق عام لكل أفراد المجتمع، ولكن لا يجب النظر إلى ذلك من حيث الكم، بل من حيث الكيف في نوعية المعلومات وطريقة تقديمها وحاجة المواطن إليها لاتخاذ قراراته وإصدار أحكامه.

إن قيام وسائل الإعلام بدورها في تطبيق حق الجمهور في المعرفة كمبدأ أخلاقي يتطلب منها:

1. أن تتمسك بحقها في الحصول على المعلومات ونشرها.
2. أن تتمسك بحقها في التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث.
3. أن تتمسك بالموضوعية وعدم التحيز في تقديم المعلومات.
4. أن تتمتع بتعددية المصادر وتنوعها.
5. أن لا تسيء استخدام الصور أو تزييفها أو التلاعب في محتوياتها.
6. أن لا تعمل على تشويه المعلومات أو إخفائها أو الانتقاء منها.
7. أن تكون محايدة وعادلة في تقديم المعلومات وفي عرض وجهات النظر المختلفة.
8. أن توازن بين حاجة الجمهور إلى المعرفة الجادة من جهة، وحاجته إلى التسلية والمتعة من جهة أخرى .

9. الأمانة في نقل الحقائق وتقديم في السياق المناسب لها.
10. الابتعاد عن استخدام أساليب التضليل في تقديم الحقائق والمعلومات
11. إتباع الدقة في تقديم المعلومات المتصلة بالأسماء والتواريخ والاقتباسات ومصادرها وتوثيقها والتحري للتأكد من دقة المعلومات التي يشك الصحفي في صحتها قبل نشرها.
12. التصحيح الطوعي للمعلومات التي تنشرها أو تذيعها خطأ، وأن تمنح حق الرد للجهات والأفراد المتضررة من النشر الخاطئ، مما يزيد من مصداقيتها في نظر الجمهور.
13. الفصل بين الخبر والرأي، مع الاعتراف بأن الأحكام التي يصدرها الصحفي الذي يقوم بتغطية الأحداث، وتقديم المعلومات وطريقة تقديمها، تعبر بالضرورة عن رأيه، بل أن هناك من يرى أن الفصل بين الخبر والرأي لا ينال رضى الصحفيين لأنه يقدمهم كمجرد ناقلين للمعلومات.
14. التغطية التفسيرية للأحداث ، بمعنى شرح وتفسير الأحداث بتوضيح خلفياتها، لأن بعض الأخبار لا تفهم إلا إذا فسرت، وحق الجمهور في المعرفة يفرض على الصحفيين الالتزام الاخلاقي بتفسير الإخبار ووضعها في مسارها الصحيح.
15. التعليق العادل على الأحداث كجزء من حق الجمهور في المعرفة، وهو أيضاً حق للصحفيين لأنهم مطالبون بفصل الخبر عن الرأي، والتعليق يتيح لهم فرصة التعبير عن آرائهم، ويشعر الصحفي بأنه مساهم في الحياة العامة، وصاحب رأى وفكر وموقف دون أن ينسى تطبيق مبدأ العدالة في التعليق على الاحداث.

ثالثاً إدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور:

يمثل هذا المبدأ ركناً أساسياً في أركان مسئولية وسائل الإعلام نحو المجتمع، فمن حق المجتمعات استثمار جميع امكاناتها ووسائلها في مناقشة وحل قضاياه...

ولكي تقوم وسائل الإعلام بدورها في هذا المجال، يجب أن تكون ساحة لعرض وجهات النظر المختلفة.. لأن أي مجتمع لا يستطيع أن يصل إلى الصواب في أي مسألة أو قضية، ما لم يستمع إلى آراء وجهات نظر كل الأطراف المعنية، عبر المناقشة الحرة التي تتيح التوصل إلى أفضل الحلول لها، وعلى وسائل الإعلام أن تحترم حقوق كل الأطراف في التعبير عن آرائها، وأن تعرض لهذه الآراء بشكل متوازن، وأن تحترم حق النقد وحق الأقليات في التعبير عن قضاياها. وظيفة وسائل الإعلام في إدارة المناقشات ونقلها إلى الجمهور وظيفة مكملة لوظيفتها في الوفاء بحق الجماهير في المعرفة.

رابعاً الدفاع عن مصالح المجتمع واحترام قيمه:

يتمثل الالتزام الأخلاقي لوسائل الإعلام في الدفاع عن مصالح المجتمع في النقاط التالية:
1. المساهمة في تحقيق تماسك المجتمع ووحدته.
2. حماية الذاتية والهوية الثقافية للمجتمع.
3. المساهمة في تحقيق التنمية.
4. كشف الانحرافات وأوجه الفساد وسوء استغلال السلطة.
5. احترام القيم العامة للمجتمع ومحاربة كل أشكال الإباحية والمواد الصحفية أو الإعلامية التي

تؤدي إلى التقليل من إنسانية الإنسان والاعتداء على كرامته وحرمة جسده، وعدم نشر ما يشكل إساءة للذوق العام.

6. نشر ثقافة التسامح، واحترام أحزان الناس، وعدم التحقير أو السخرية من أي فرد أو جماعة بسبب الدين أو العادات أو العرق أو اللون، وعدم استخدام التعبيرات التي تسيء إلى المشاعر والتي تسبب حساسيات اجتماعية أو دينية أو سياسية أو ما إلى ذلك.

خامساً احترام حق المجتمع في إدارة العدالة :

عدد المواثيق الأخلاقية التي تضمنت هذا المبدأ بالرغم من أهميته قليلة، فإدارة العدالة تسهم بشكل أساسي في الحفاظ على كيان وأمن المجتمع وتماسكه، والتزام وسائل الإعلام يؤكد احترامها لحق المجتمع في إدارة العدالة والمتمثلة في احترام الصحفيين لـ :

1. حق المجتمع في القصاص من المجرمين.

2. احترام قاعدة أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته، فلا يجوز لوسائل الإعلام أن تصدر أحكامها بإدانة متهم أو تثبيت التهم عليه قبل أن يُقدم للمحاكمة، وقد نصت بعض المواثيق الأخلاقية في دول كالولايات المتحدة وألمانيا والسويد وفنلندا وايطاليا، على عدم نشر أسماء أو صور المتهمين قبل توجيه الاتهام إليهم بشكل رسمي، ما لم تكن هناك مصلحة عامة ومشروعة، وقد ألزمت المواثيق الأخلاقية وسائل الإعلام نشر أحكام الإدانة أو البراءة، إذا كانت الوسيلة قد تابعت إجراءات المحاكمة.

3. حق المجتمع في إلزام مؤسساته الإعلامية بالامتناع عن أي محاولة للتأثير على سلطات القضاء، أو شهادة الشهود عن طريق تشجيعهم على الإدلاء بأقوال معينة أو توريطهم في أقوال يصعب عليهم التراجع عنها، ومنع الصحفيين من استجواب الشهود داخل المحكمة.

4. عدم محاكمة المتهم بواسطة الرأي العام، وبمعنى آخر أن تمتنع وسائل الإعلام من إقحام الرأي العام في القضايا التي لم يبت فيها، بما يؤثر على سير العدالة ونزاهة القضاء ويحرم المتهم من حقه في محاكمة عادلة، كما أشارت بعض المواثيق إلى ضرورة التوازن بين حق المتهم في محاكمة عادلة، وحق الجمهور في المعرفة.

5. عدم نشر أسماء الأحداث وصورهم وما يدور في محاكم الأحداث على أساس أن الأحداث يرتكبون الأخطاء لأنهم لم يجدوا من يعلمهم الصواب.

6. عدم نشر أسماء ضحايا الاغتصاب أو صورهم، على أساس أن الضحية سوف تعاني نتيجة النشر عنها، وذلك في إطار الحق في حماية الخصوصية ما لم توافق الضحية على النشر عنها، في حين أن بعض المواثيق ترفض النشر حتى ولو كان بموافقة الضحية، وذلك حماية لحق المجتمع من إشاعة الفاحشة تأكيداً لمبدأ « تقليل الضرر ».

7. عدم تمجيد الجريمة أو الدعوة إليها أو تشجيع العنف، فقد اعتبرت المواثيق الأخلاقية التي أقرت هذا المبدأ أن بعض وسائل كثيراً ما تحول المجرمين إلى أبطال، وقد تدفع بالبعض إلى تقليدهم ... ولا نزال نذكر كيف صورت وسائل الإعلام الصربية المجرمين الصرب كأبطال، رغم كل ما ارتكبوه من حق المسلمين في البوسنة والهرسك، لذا فإن القاعدة الأخلاقية في هذا الصدد تمنع عرض مشاهد تنفيذ أحكام الإعدام، والاغتصاب، وحوادث الانتحار، ومشاهد استخدام الأسلحة التي توجد في المنازل كالسكاكين، وضرورة التفرقة بين العنف والجريمة، ومشروعية الكفاح المسلح.



المواثيق الاخلاقية ضرورة للتنظيمات المهنية

المواثيق الاخلاقية لا تشكل فقط صياغة للعلاقة بين الصحفيين والمجتمع، لكنها ايضا ضرورة للصحفيين انفسهم ولتنظيماتهم المهنية، لذلك فإن التزام الاعلاميين بميثاق اخلاقي يمكن ان يساهم في تشكيل شخصية جيدة لهم، بالإضافة إلى ان الصحفيين كغيرهم من المهنيين يجب ان يكون لهم إرشادات تساعدهم على اصدار الحكم الصحيح على الكثير من المواقع التي تؤثر على حياة المواطنين.

الأدوار التي يمكن ان تلعبها المواثيق الأخلاقية:

1. ان المواثيق الأخلاقية توفر إحساسا بالذاتية المهنية وتؤدي إلى ان يحصل الذين يمارسون المهنة على اعتراف اجتماعي بان هذه المهنة تتميز عن غيرها من المهن، والممارسين لها تجعلهم ينتمون إلى رابطة يشتركون في مهاراتها.

2. الميثاق الاخلاقي يتيح للجماعة ان تعرف نفسها، فالميثاق يخبر الممارسين من هم، وما ذا يجب ان يفعلوا.

3. ان وجود ميثاق اخلاقي هو علامة صحية على ان هؤلاء الذين يمارسون فنا او علما قد وصلوا إلى فهم موحد، ولذلك يتم تشكيل صورة عنهم تتحدد من خلال ما يتوقعه منهم الجمهور،

والميثاق يساهم في توحيد الممارسين الأفراد في شكل رابطة او مؤسسة متعاونة.

4. ان المواثيق تساهم في تحقيق الاستقلال المهني وهذا يوفر بدوره افضل وسائل الدفاع عن حرية الصحافة.

5. إن الميثاق الاخلاقي يمكن ان يساهم في التضامن بين الصحفيين للدفاع عن حرياتهم وحقوقهم، في مواجهة القوى الخارجية، والمؤسسات الاعلامية التي يعملون بها.

6. ان مفهوم المهنية يمكن ان يلعب دورا مهما في التزام الصحفيين بالمواثيق الاخلاقية، ذلك ان المواثيق تتضمن عادة مثاليات ومن الصعب معاقبة الصحفيين على انتهاكها او عدم الالتزام بها، لكن احترام هذه المثاليات والاحكام النابعة عنها يتم تحفيزه وتشجيعه من خلال الاحساس الداخلي للصحفيين بالانتماء إلى المهنة.

7. إن المواثيق الاخلاقية يمكن ان تساهم في زيادة قدرات الصحفيين ومهاراتهم وتحسين مستوى الاداء المهني.

المبادئ الأخلاقية وحماية نزاهة الصحفيين

الإعلاميون يحتاجون إلى بناء صورة إيجابية لأنفسهم ومهنتهم وللوسائل الإعلامية التي يعلمون بها، وهم من شأنها أن تساهم في زيادة مصداقيتهم وثقة الجماهير بهم وتأثيرهم على الجماهير، ويساهم أيضا في تحقيق النجاح للوسائل الإعلامية.

قدمت المواثيق الأخلاقية عدة مبادئ في هذا المجال:

1. تجنب القيام بأي عمل يمكن أن يشكل إساءة لسمعة المهنة أو كرامتها:

ظهر هذا المبدأ في 16 ميثاقا أخلاقيا وهي نسبة قليلة قياساً بأهمية هذا المبدأ.

أن الصياغة السلبية للمبدأ تطالب الإعلاميين فقط بالامتناع عن القيام بأي عمل يشكل إساءة لسمعة المهنة وكرامتها، لكنها لا تتعدى ذلك إلى مطالبة الإعلاميين بالعمل على المحافظة على سمعة المهنة وكرامتها.

2. حظر قبول الرشاوى:

- ظهر هذا المبدأ في 26 ميثاقا، وهو يشير إلى دلالة خطيرة إذا أن الإعلاميين في العالم لم يستطيعوا بعد أن يحققوا إجماعا حول أي مبدأ أخلاقي.
- تساؤل: هل الصحفي موظف عام يمكن أن يعاقب طبقا للقانون كموظف عام في حالة قبوله للرشوة.

3. حظر قبول الهبات أو الامتيازات أو المعاملة التفضيلية أو الرحلات المجانية أو أي شيء له قيمة:

- ظهر هذه المبدأ في 29 ميثاقاً، ويحظى الكثير من الصحفيين على الهبات والامتيازات من أصحاب المصالح.
- الكثير من الوسائل الإعلامية لا تستطيع أن توفر للصحفيين هذه الامتيازات فتسمح بها شرط على الكتابة عنها.
- يمكن معالجة المشكلة بالتزام الصحفي بشكل اختياري بعدم قبول الهدايا والامتيازات وان يحافظ على كرامته وكرامة مهنته وعلى استقلاله ومصداقيته، وان تلتزم المؤسسات بتكاليف السفر والإقامة لكل منتسبيها.

4. صراع المصالح:

ظهر هذا المفهوم في 23 ميثاقا، ويقصد به هو قيام الصحفي بأنشطة خارج مجال الصحافة، أو ارتباطه بعلاقات مع مؤسسات أو أفراد أو جماعات يمكن أن تؤثر على عمله الصحفي ، وتؤثر إلى التقليل من استقلاليته ونزاهته.

وقد عرضت الكتب الأكاديمية عدد كبيرا من الأنشطة التي يمكن أن تؤدي إلى صراع بين عمل

الصحفي في الوسيلة الإعلامية، وأنشطته الخارجية وعلاقاته وارتباطاته بأفراد أو جماعات أخرى:

1. الأنشطة السياسية:
يرى الكثير من ملاك الوسائل الإعلامية وإداراتها بالإضافة إلى الكثير من الأكاديميين والمهنيين أن الصحفي لا بد أن يتجنب القيام بأية أنشطة سياسية، ويشمل ذلك عضوية الأحزاب وجماعات الضغط أو التجمعات التي تقوم بحملات لتحقيق أهداف معينة.
وهناك من يطالب بمنع الصحفي من التصويت في الانتخابات أو الترشيح أو اتخاذ أي مواقف في أية قضية وذلك بهدف أي كون موضوعيا ومحايداً

2. الأنشطة والعلاقات التجارية والاقتصادية:
هناك الكثير من الصحفيين الذين يقومون بأنشطة تجارية واقتصادية ويرتبطون بعلاقات مع شركات ورجال أعمال، وكثيرا ما يقومون بتبادل المنافع مع هذه الشركات والدخول في علاقات تجارية.

3. قيام الصحفيين بأنشطة العلاقات العامة:
أن الكثير من الصحفيين يحصلون على أعمال أخرى في العلاقات العامة بالإضافة إلى عملهم، وهذا يؤثر على ما يكتبونه من أخبار خاصة إذا تعلقت هذه الأخبار بالمؤسسات التي يعملون بها.
أن استقراء المواثيق يوضح أن معظمها قد اكتفى بتوجيه الصحفيين إلى تجنب القيام بأية أنشطة تؤدي إلى صراع المصالح.
5. عدم استخدام المعلومات للحصول على منافع شخصية:
وقد ظهر هذا المبدأ في 34 ميثاقا، وقد تفجرت مشكلة في وسائل الإعلام البريطانية والأمريكية وخصوصا فيما يتعلق بالصحفيين الذين يغطون أخبار البورصة حيث يستغلون وظيفتهم في الحصول على المعلومات للمضاربة وتكوين ثروات.

6. حظر تعامل الصحفيين مع أي جهات خارجية أو داخلية خاصة أجهزة المخابرات والأمن الوطني:
• هناك من ينتقد تعاون الصحفيين مع الحكومة والأجهزة الأمنية لتحقيق بعض المصالح، وهناك من يرى أن الصحفيين يجب أن يكونوا صحفيين فقط وليس مساعدة الشرطة من خلال صياغة الأخبار لأداء عملها.
• وهناك اتجاه أخر يرى أن هناك استثناءات وخصوصا في حالات منع النشر لكي لا يهرب المجرم، كما تساعد الصحف في منع الجريمة كالانتحار.
• الخطورة أيضا في استغلال الأجهزة الاستخباراتية للصحفيين وتجنيدهم للقيام بأعمال تجسس تحت ستار واجباتهم المهنية.

• وقد اهتم الميثاق الألماني بشكل خاص بالتركيز على العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة المخابرات حيث نص على أن أي صحفي أو ناشر يتعامل مع أجهزة المخابرات أو يشارك في أي عمل مخابراتي يدمر مصداقية الصحافة ويقلل من الثقة العامة في المهنة.

6. تجنب أي عمل يخل بمصداقية الوسيلة التي يعمل بها الصحفي أو يسئ إلى سمعتها:

• وهذا المبدأ هو مبدأ عام ويترك لضمير الصحفي ولالتزامه الأخلاقي أن يحدد بنفسه الأعمال التي يمكن أن تخل بمصداقية الوسيلة التي يعمل بها الصحفي أو يسئ إلى سمعتها.

• وعلى الصحفي أن يسأل دائما نفسه هل هذا العمل يكن أن يعرض مصداقية الوسيلة الإعلامية التي اعمل بها أو سمعتها للخطر.

7. العلاقات بين الصحفيين:

أن عدم اهتمام المواثيق الأخلاقية بمعالجة العلاقات بين الصحفيين يقلل من قيمة هذه المواثيق، حيث ذكر 11 ميثاقا فقط نصوصا تتعلق بالعلاقات بين الصحفيين، مما يجعل تأثيرها على حياة الصحفيين محدوداً.

كما أن عدم تحديد المعايير الأخلاقية للعلاقات بين الصحفيين وضمان العدالة والشرف في المنافسة يقلل من قيمة المواثيق أيضا كأداة لتحقيق التضامن المهني.

المعايير التي تضمنتها المواثيق الأخلاقية للعلاقات بين الصحفيين

1. عدم إعاقة الزملاء عن أداء واجباتهم أو منعهم بأية وسيلة من الحصول على المعلومات.

2. أن العلاقات بين الصحفيين يجب أن تقوم على التوازن بين المنافسة العادلة والتضامن المهني.

3. عدم كتابة تقارير عن الزملاء للأجهزة الحكومية.

4. عدم تصفية الحسابات أو تسوية الخصومات بين الصحفيين عبر وسائل الإعلام مما يؤدي إلى نقص الاحترام.

5. احترام الصحفي لكرامة زملائه وشرفهم وحقوقهم المهنية.

6. عدم إلحاق أي ضرر أو أذى بزملائه مثل الكشف عن معلومات أعطوها له بشكل سري عن أنفسهم.

7. مساعدة زملائه على تطوير قدراتهم المهنية، وفي الارتفاع بمعرفتهم وكفاءتهم ، ومساعدة زملائه عند تعرضهم لأية مشكلات.

8. عدم تغيير مضمون المواد الصحفية التي يقدمها زملائه بدون إذنهم.

9. احترام الصحفي لحقوق زملائه وأن يدافع عن هذه الحقوق.

10. يمتنع الصحفيون في علاقاتهم المهنية عن كافة أشكال التجريح الشخصي، والإساءة المادية أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم أو في مخالفة الضمير المهني.

11. التزام الصحفيين بواجب التضامن دفاعا عن مصالحهم المهنية المشروعة.

المسئولية الأخلاقية للإعلاميين نحو مصادر المعلومات

لكي تستطيع وسائل الإعلام ان تقوم بوظيفتها في الوفاء بحق الجماهير في المعرفة فإنها لابد أن تقيم علاقة متوازنة مع مصادر المعلومات وهم الأشخاص والهيئات الذي يمدونها بهذه المعلومات، ولكن هذه العلاقات لابد ان يتم بناؤها على مجموعة من الاسس والمعايير التي تكفل استمرارية تدفق المعلومات.

وتحتل منظومة المعايير التي تشكل المسئولية الاخلاقية للإعلاميين نحو مصادر المعلومات اهمية كبير في المواثيق لأنها تشكل ضرورة لعمل وسائل الاعلام ولقدرتها على اداء وظيفتها.

تساؤل: هل استطاعت المواثيق ان تشكل علاقة بين الاعلاميين والمصادر تقوم على اساس احترام المصادر للإعلاميين وفي الوقت نفسه احترام الصحفيين لوعودهم للمصادر ..

بعد استقراء 62 ميثاقا نجد أن المسئولية الأخلاقية للإعلاميين نحو مصادر المعلومات قد تشكلت من مجموعة من المبادئ :

1. استخدام وسائل عادلة في الحصول على المعلومات:

ظهر هذا المبدأ في 25 ميثاقا، وكان مبدأ عاماً بطريقة ايجابية بمعنى انها تحث الصحفيين على استخدام وسائل عادلة دون تحديد هذه الوسائل، مما يعني الوسائل المباشرة المعروفة.

استخدام الوسائل العادلة يزيد من مصداقية الصحفيين ، ويزيد من احترام مصادر المعلومات له، ومع ذلك فإن استخدام الصحف للوسائل العادلة لا يضمن تدفع المعلومات الحقيقة للجمهور إذ ان المصادر كثيراً ما تلجأ إلى التلاعب بالمعلومات.

ان الوسائل العادلة هي الاصل وما عداها فهو الاستثناء الذي يجب ان يخضع لشروط معينة، لذلك جاء المبدأ عاماً.

وتناول ميثاق لجنة معايير الاذاعة البريطانية ان المشاركين في البرامج يجب ان يتم التعامل معهم بشكل عادل:

- ابلاغ المدعوين بوضوح بموضوع البرنامج واهدافه.
- ان يشرح لهم المقدم لماذا تم دعوتهم.
- ان يشرح لهم نوعية المشاركة المطلوبة منهم (حوار، نقاش، مقابلة).
- ان يوضح لهم المقدم المجالات التي ستدور حولها الاسئلة، ومن هم المشاركون.
- ان يخبر المقدم الضيف اذا كان البرنامج مباشراً او مسجلا .
- عدم دفع المصدر بشكل غير مناسب ليقول أي شيء يعرف انه غير حقيقي.
- ابلاغ المصدر بأية تغييرات جوهرية.

2. عدم استخدام وسائل الخداع في الحصول على المعلومات:

يتداخل هذا المبدأ مع المبدأ السابق، فإذا ذكرنا انه يجب استخدام وسائل عادلة في الحصول على

المعلومات فإن ذلك يعني عدم الخداع، ولكن معظم المواثيق ذكرت المبدأين معاً.
- تشمل وسائل الخداع الكاميرات الخفية، او الميكروفونات اللاسلكية الخفية.
- القانون الفيدرالي يحظر في الولايات المتحدة وضع الميكروفونات الخفية في الغرف لا يحظره اذا كان الصحفي يحمله بنفسه، وبعض الولايات تحظر ذلك ايضاً.
- الخداع يخلق عدم ثقة بين الصحفيين والمصادر وهو يطال جميع الصحفيين .

اختلف المعنيين في مجال اخلاقيات العمل الاعلامي بجواز استخدام وسائل الخداع واعتبار ذلك مبرراً ومن يوافقون اشترطوا ما يلي:

1. ان تكون هذه الوسائل هي الطريقة الوحيدة للحصول على المعلومات.
2. ان تكون المعلومات لها اهمية كبيرة في التحقيق الذي يقوم به الصحفي: بحيث تشكل تلك المعلومات الادلة القاطعة والواضحة.
3. ان يكون الصحفي على استعداد لأن يكشف للجمهور الاساليب التي استخدمها للحصول على هذه المعلومات، وقد تضمن هذا الشرط العديد من المواثيق.
4. ان الصحفي ومؤسسته ملتزمون بما يترتب على نشر القصة من مسئولي، والمقصود بذلك ان القرار باستخدام هذه الوسائل يجب ان يدرس بعناية.
5. ان الضرر الذي يتم منعه نتيجة لنشر المعلومات يفوق الضرر الذي نتج عن استخدام الخداع، لذلك فإن استخدام هذه الاساليب يجب ان ينتج عنه منع ضرر اكبر طبقا لقاعدة ارتكاب اخف الضررين. ولكن المشكلة في طريقة تحديد حجم الضرر وهو موضع الاختلاف.
6. الامان: وهو ان لا يعرض الصحفي نفسه للخطر والاتهام بالتجسس، ولا يمكن التسليم بأن اهمية المعلومات تفوق اهمية حياة الصحفي نفسه، كما ان هذه الوسائل قد تضع حياة اشخاص ابرياء في خطر.
7. الدقة: بمعنى ان تكون المعلومات التي تم الحصول عليها عن طريق تلك الوسائل دقيقة.

3. عدم إساءة الصحفيين تقديم أنفسهم إلى المصادر، وعدم تقديم أنفسهم بصفات أخرى غير صفاتهم كصحفيين:

هناك من يوافق على تغيير صفته للحصول على المعلومات وخصوصا المتعلقة بنشاط اجرامي، اما الرؤية الثانية فهي ترفض وتوجب على الصحفيين عدم التظاهر بغير صفاتهم.

ميثاق لجنة الشكاوى البريطانية، وميثاق لجنة معايير الاذاعة البريطانية، والميثاق الالمانية كلها حظرت تقديم الصحفيين انفسهم بغير صفاتهم إلا انها اباحت ذلك استثناء من القاعدة بشرطين:
- ان يحقق هذا العمل مصلحة عامة مهمة.
- انه لا يمكن الحصول على هذه المعلومات بوسيلة اخرى.

4. احترام الصحفيين لوعودهم للمصادر:
بناء علاقة ثقة واحترام بين الصحفيين ومصادرهم تشكل اساسا لتدفق المعلومات، ولذلك لا يجب على الصحفي ان يعد المصدر بأي شيء لا يستطيع تنفيذه، ولذلك يجب ان يحترم وعده للمصدر.
هناك 3 حالات لابد للصحفي ان يحترم فيها وعوده للمصدر:
1. اسناد المعلومات إلى مصادرها: لا بد من نسب المعلومة إلى مصدرها وذكر المصدر يجعل المعلومة اكثر صدقية.
رغبة وسائل الاعلام في اسناد المعلومات إلى مصادر موثوقة ادى إلى العديد من المشكلات منها الاعتماد المكثف على المصادر النخبوية التي تشكل مصدراً مفضلا للصحفيين، والمصادر السلطوية.

2. عدم الكشف عن اسماء المصادر التي تطلب عدم الكشف عن اسمائها « سر المهنة»:
ظهر هذا المبدأ في 55 ميثاقا من بين 62 ميثاقا، وهو اكثر المبادئ التي حظيت باتفاق حولها في المواثيق الاخلاقية. ولكن هناك مشكلة في الاعتماد على المصادر المجهولة وخصوصا في الاخبار المفبركة.

هناك مجموعة من المعايير التي ترشد استخدام هذا المبدأ:
- على الصحفي قبل ان يعد المصدر بعدم الكشف عن شخصيته ويقبل المعلومات بناء على ذلك ان يقوم بعملية تقييم نقدي للمصدر من حيث خبرته وعلاقته بالموضوع او الحدث واهدافه والاسباب التي تجعله يريد ان يخفي اسمه.
- على الصحفي ان يبحث عن المعلومات لدى مصادر اخرى، وان يتم التأكد منها.
- اهمية المعلومات، بحيث تكون مهمة جدا للجمهور وليس معلومات عامة بغرض التسلية او الترفيه
- الوعد الذي يقطعه الصحفي على نفسه هو جزء من عقد بينه وبين المصدر، اما الجزء الثاني فهو ان يمد المصدر الصحفي بالمعلومات الصحيحة والدقيقة وليس ان يقدم له معلومات مزيفة.

3. عدم نشر المعلومات التي تطلب المصادر عدم نشرها ويمكن اللجوء إلى مصدر اخر يملك ذات المعلومة ونسبها إليه.

5. احترام الملكية الفكرية وحقوق المؤلف:
احتل هذا المبدأ مكانة مهمة في المناقشات حول أخلاقيات الإعلام، كما تزايدت الاتهامات الموجهة للصحفيين حول إنهم يقومون بسرقة أفكار الآخرين ونسبها لأنفسهم.

الأخلاقية والكفاءة في عمل وكالات الأنباء

الأخلاقية حسبما يراها الاستاذ عبدالله فهد الحسين رئيس وكالة الانباء السعودية سمة أساسية لعمل وكالات الأنباء وعنصر محوري للكفاءة والنجاح.. وتؤكد التجربة المهنية والواقع العملي لوكالات الأنباء أن هناك ترابطاً لا ينفصم بين الأخلاقية والكفاءة في عمل تلك الوكالات التي تبقى أبرز المصادر الرئيسية للأخبار رغم ظهور وسائل إعلام جديدة ومتنوعة واحتدام المنافسة من أجل الوصول إلى المعلومة.. وهذا الأمر ينطبق على مختلف المجالات الحياتية فالأخلاق قيمة جوهرية أينما سادت تحسنت حياة المجتمعات وتطورت إلى الأفضل الكفاءة الحياتية للبشر

وكالات الأنباء العربية وإشكالية الأخلاقية والكفاءة :

يضم اتحاد وكالات الأنباء العربية مجموعة متجانسة من المؤسسات والهيئات الإعلامية التي يتوجه بعضها نحو التحول من وكالات حكومية إلى وكالات عامة.

وتتشابه تلك الوكالات بشكل أو بآخر من حيث النشأة والرسالة والأهداف والمسيرة المهنية وحتى التطلعات والبرامج الآنية والمستقبلية الأمر الذي قادها إلى النجاح تحت مظلة الاتحاد في السير قدماً نحو تعاون إعلامي متميز ومتنوع.

وتقدم وكالات الأنباء العربية عبر أدائها نماذج عملية للأخلاقية والكفاءة في عمل وكالات الأنباء ويتجلى ذلك فيما يمكن أن يكون بمثابة ميثاق شرف حيث تعتمد الوكالات العربية في نقل الأخبار عن أي من الدول العربية على الوكالة الوطنية لتلك الدولة دون سواها لضمان عناصر المصداقية والدقة والموضوعية وهي من العناصر الرئيسية للأخلاقية المهنية .. ولا يمكن بحال من الأحوال النقل عن أي من الوكالات أو وسائل الإعلام الأخرى مهما علت شهرتها أو اتسع انتشارها.

الأخلاقية المهنية لمهنة الصحافة :

لكل مهنة أخلاقيات وسلوكيات والصحافة رسالة قبل أن تكون مهنة فهي أداة مهمة في بناء المجتمع ومقياس لحضارة الأمم ومرآة صادقة لنشاطها في شتى الميادين .. ولمهنة الصحافة خصوصية تختلف عن باقي المهن الأخرى كونها تخاطب العقول بمختلف مستوياتها وهي تؤدي خدمة اجتماعية كبيرة لأنها تقوم من أجل إشباع أو مواجهة احتياج مجتمعي.

وقد اجتهد المختصون والأكاديميون في تعريف أخلاقيات العمل الصحفي أو مهنة الصحافة ولسنا بصدد الخوض في تفاصيل تلك التعريفات غير أنها في الإجمال تجتمع على أنها قواعد موضوعة تعبر عن السلوك المهني المطلوب من القائمين بوسائل الإعلام الالتزام بها .. وقد وضعت النظم السياسية في العالم سياسات إعلامية متنوعة تنسجم مع أهدافها وتوجهاتها وتطلعاتها إدراكا منها بأهمية الإعلام وما يؤديه من وظائف كبيرة وخطيرة في المجتمع .

إن أخلاقيات وسلوكيات العمل الصحفي تعبر في مضمونها عن العلاقات بين ممارسي المهنة من ناحية والعلاقات بينهم وبين الجمهور من ناحية أخرى .. وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه من ناحية ثالثة .. والأخلاقيات قد تكون متعارف عليها أو مبادئ ومعايير يضعها التنظيم الخاص بالمهنة .

ومن المبادئ والقيم الأساسية تبرز معايير أخلاقية يمكن إجمالها في الصدق والدقة والحيادية والموضوعية إلى جانب عناصر الأمانة وعدم تشويه الحقائق أو السعي إلى منفعة خاصة مع احترام خصوصيات الآخرين وثقافات الشعوب الأخرى والإنصاف والمساواة في تبادل المعلومات وتحمل المسؤولية الاجتماعية لتعزيز قيمها الإيجابية .. بالإضافة إلى صيانة أعراض الناس وعدم الإساءة إلى الشعوب والدول والأفراد وتحاشي جميع أشكال الإثارة أو التضخيم.

وتنبع أخلاقيات مهنة الصحافة من مصادر عدة منها السياسة الإعلامية والمؤسسة الصحفية وفريق العمل إلى جانب المجتمع الذي يعد من المصادر المهمة لأخلاقيات المهنة لأنه المنبع الرئيس الذي يستمد الصحفي أخلاقياته المهنية منه فضلاً عن القيم الاجتماعية والأعراف والعادات والتقاليد السائدة وطبيعة التنشئة الاجتماعية.

طبيعة عمل وكالات الأنباء العربية والأخلاقية المهنية :

وكالات الأنباء بصفة عامة مؤسسات إعلامية تقويم بالتغطية الإخبارية لمختلف النشاطات وهي تقدم خدماتها لجميع المؤسسات الصحفية والإعلامية المحلية والخارجية فضلاً عن القطاعات الأخرى .. ومن واقع عمل وكالات الأنباء العربية فإن تحقيق رسالتها يرتكز على جملة من المقومات أبرزها نقل الحقيقة بدقة وسرعة وموضوعية مع احترام الأسس الأخلاقية المتعلقة بالصحافة والأنظمة السائدة .. وعدم التحيز في نقل الأخبار واحترام العقل وكرامة الإنسان .

كذلك لوكالات الأنباء دور مهم على صعيد توعية المواطن بما يدور حوله في العالم من قضايا تهمه وتؤثر في تشكيل الرأي العام وتكوين صورة صحيحة عن مجتمعه والعالم حوله.. إلى جانب التصدي للمعلومات المضللة والمحرفة والأخبار التي تمس الأسس الدينية والاجتماعية والأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع والمساهمة في تحصين المجتمع ضد أي أفكار وافدة لا تتفق والدين الحنيف أو العادات والمبادئ والأخلاق.

الكفاءة المهنية :

تظهر بجلاء الكفاءة المهنية لوكالات الأنباء والصحافة من خلال مراعاة معايير أبرزها دقة المعلومات والتعمق في المحتوى الإخباري وسرية المصادر والنزاهة والمصلحة العامة إلى جانب وضوح الرؤية واستشعار المسؤولية القانونية والمجتمعية واستخدام التقنية .

وهناك عوامل مساعدة على الوصول إلى مستويات عالية من الكفاءة أهمها الإدارة وإدراك طبيعة الرسالة الإعلامية والعلم والتدريب وفرق العمل أو كوادر المؤسسة والتمويل والمقر وشمولياته من أجهزة ومعدات مع وجود أهداف إستراتيجية طويلة الأجل وأخرى تكتيكية أو قصيرة الأجل .. غير أن إدارة المؤسسات الإعلامية الناجحة لا تستطيع أن تحقق أهدافها بمعزل عن تأثيرات البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية .

الخاتمة : إن ممارسة العمل في وكالات الأنباء وفي الصحافة بشكل عام تؤكد الترابط الوثيق بين الأخلاقية والكفاءة .. إن القواعد الأخلاقية لا تهدف إلى فرض معايير قابلة للتطبيق قانونياً بقدر إعطاء الصحفي إطار عمل لمساعدته على تقرير ما يجب كتابة تقرير بشأنه وكيفية القيام بذلك.

إن أخلاقيات العمل الصحفي أصبحت مشكلة عالمية في عالم الصحافة ذلك أن الكثير من العاملين في وسائل الإعلام والاتصال لا يراعون الأخلاقيات السليمة للمهنة خلال مزاولتهم لأعمالهم لأسباب عديدة ومعقدة .. وهذا الوضع يمثل خروجاً على ما يتعارف عليه المجتمع من قيم ومعايير ومثل تربوية سليمة.

وفي ظل الثورة الإعلامية والمعلوماتية والاتصالية الحديثة يتجه العديد من الاتحادات والمؤسسات الصحفية في العالم نحو مراجعة مواثيقها المهنية استجابة للتطورات المتلاحقة في الساحة السياسية والإعلامية العربية والدولية وعملاً على إرساء مبدأ الالتزام بالمسؤولية وتدعيم التزام الإعلاميين بالقيم والمعايير الأخلاقية للمهنة وسعياً لزيادة وعيهم وتقديراً لأمانة الكلمة .

القواعد الاخلاقية...
الفضيلة والكفاءة الصحفية

قدم الدكتور فريد أيار امين عام اتحاد وكالات الانباء العربية في ورقة عمل مقدمة للجلسة الحوارية (الأخلاقية والكفاءة في عمل وكالات الأنباء) ضمن المؤتمر الـ 42 للجمعية العمومية لاتحاد وكالات الأنباء العربية في مملكة البحرين / 25-24 نوفمبر 2014 بجامعة البحرين تناول فيها القواعد الاخلاقية فيما يلي نصها: بقول احد علماء القانون الدستوري في لبنان الدكتور حسن الرفاعي «انه ليس المرساتير اي ضابط سوى التزام ونزاهة الرجال الذين يطبقونها»... انه قول مأثور وعميق جداً.

في مداخلتنا هذه علينا ان نسير على خطى استاذنا الرفاعي ونقول: انه ليس لمواثيق الشرف الاعلامية التي تحدد اخلاقيات وتصرفات الصحفيين اثناء تأديتهم اعمالهم سوى التزام ونزاهة الصحفيين انفسهم ذلك لان مواثيق الشرف الاعلامية، مهما كثرت موادها وفقراتها الداعية الى التمسك بالاخلاق تصبح حبراً على ورق ان لم يصاحب ذلك ادراك الصحفي بضرورة التقيد بها، هذا الادراك الذي يفترض ان لا يكون ابن يومه، بل يكون الصحفي قد تربى عليه منذ نعومة اظفاره، بمعنى ان يكون البيت الذي تربى فيه والمدرسة التي تعلم ودرس فيها والمحيط الذي عاش داخله قد رسخت في ذهنه القدر الكافي من المعاني الخلقية كالامانة، الحياد، اللا حقد، المحبة، النزاهة، احترام الاخرين وحقوقهم وعدم التحيز وغيرها.

في الورقة التي اعدتها الامانة العامة للاتحاد والموزعة عليكم لتكون الاساس لمناقشات هذا اليوم الاكاديمي الجميل، تم وضع اسئلة للمناقشة ومنها:

- هل يجب على الصحفي الجيد (الكفوء) ان يكون جيد الاخلاق ايضاً؟
- هل الصحفي مقيد بمقاييس الاخلاق الاعتيادية؟
- هل هناك اخلاقية «صحفية» ومميزة عن مقاييس الاخلاق الاعتيادية؟
- مدى تأثير الصحفي الملتزم اخلاقياً على الاستقرار الاجتماعي والحفاظ على اداب السلوك الانساني.

ان مصطلح «الاخلاقية» يعني بحد ذاته «القواعد المتناقلة ثقافياً للسلوك الصحيح والخاطئ في الحياة الاجتماعية... هذه القواعد بطبيعة الحال مهمة للاستقرار الاجتماعي وللحفاظ على اداب السلوك الانساني.

ان هذه القواعد تعني بقدر ما «اخلاقية الحقوق والواجبات» بمعنى انه في حال ان طالب شخص بحقوقه وادى واجباته يمكن عندئذ القول انه يمتلك الاخلاقية اللازمة.. ولكن من بين هذه الفئة من الناس هناك من يتمتع بخصوصيات «الفضيلة» اي العدالة، الصدق، الجدارة... وهكذا تبدو الفضيلة الاخلاقية على انها استعداد ثابت لعمل ما هو مقبول اخلاقياً. وفرض تنفيذ الشخص لواجباته واحترام حقوق الاخرين في ذات الوقت.

يقول ستيفن كلايدمان وتوم ال بوشان في كتابهما الصحافي الفاضل ان مفهوم «الاخلاقية» ليست عرضية فقط في النشاطات المهنية التي يقوم بها الصحفيون بل انها، جوهرية لفكرة الكفاءة المهنية، اي بمعنى ان «تكون المعايير الاخلاقية لا تنفصل عن الممارسة الصحفية الكفوءة والعادلة وغير المنحازة».

ان ما نود الوصول اليه جواباً على السؤال الاول هل على الصحفي الجيد ان يكون جيد الاخلاق نقول ان الاخلاقية بقسميها الحقوق والواجبات وقيم الفضيلة تصبح من الشروط الضرورية لكي يصبح الشخص صحفياً جيداً وعلى الصحفي الجيد (الكفوء) ان يوفق ويزاوج بين الممارسة المهنية وبين القواعد الاخلاقية.

والحقيقة ان هذا الموضوع القاضي بالعلاقة الحميمة لارتباط الصحفي بالقيم الاخلاقية غير متفق عليه فهناك بعض المدارس والاراء التي ترى بان المقاييس الاخلاقية الاعتيادية ليست جوهرية للمقاييس الصحفية وربما تتعارض معها في الكثير من الاحيان.

ويؤكد ستيفن دانيال (STEPHEN H. DANIEL) الذي يعارض نظريات كلايدمان وال بوشان ان الصحفيين بصفتهم صحافيين فهم غير ملزمين باتباع القواعد الاعتيادية الاخلاقية وعلى المرء ان يميز بين المقاييس الاخلاقية الاعتيادية ومقاييس اخلاقية الصحفيين فمثلاً عند النظر الى هذه المقاييس من داخل المجتمع الصحفي يمكن اعتبار ممارسات اختلاس السمع او انتهاك العزلة الشخصية لاغراض الحصول على مواد اخبارية مهمة على انها تتوافق مع المقاييس المهنية العالية في الحقل الصحفي ولكن عند النظر اليها من خارج المجتمع الصحفي يمكن اعتبارها تستحق الشجب من الوجهة الاخلاقية.

ان اصحاب هذه المدرسة يرون بان الصحفيين بصفتهم هذه غير ملزمين باتباع القواعد الاعتيادرية للاخلاقية... فالمصور الصحفي الذي يلتقط صورة «لقاتله» من اجل الحصول على صور اخبارية يتصرف بصورة اخلاقية... ولكن من جهة اخرى فان الصحفيين هم في نفس الوقت اعضاء في مجتمع الاشخاص العاديين.... وبهذه الصفة قد يعمل مفهوم «ان يكون الصحفي اخلاقياً» ضد اعمال قد تنفذ بصفة مهنية.... لذلك يشعر الصحفيون بتمزق وصراع داخلي «وتعارض وتوتر» فهو صحفي عليه اتباع اخلاقيات المهنة وهو عضو في مجتمع عام عليه اتباع اخلاقيات ذلك المجتمع.

وبالرغم من تباين المواقف في هذا المجال نقول انه لا يستطيع اي قانون للاخلاقيات ان يعطي حلولاً لكافة المشاكل الاخلاقية المحيرة والتي تواجهنا في حياتنا اليومية او في الصحافة كل ما نحتاج اليه هو اسلوب معقول ومنهجي للتعامل مع هذه القضايا مع تقديرنا ان الحكمة العملية والحكم السليم هما عنصران مضافان لقوانين الاخلاقيات لا يمكن الاستغناء عنهما.

لقد تحدثنا في السطور السابقة وبعجالة عن اخلاقيات الصحفي وكيف يجب ان يتصرف ولكن هناك الكثير من الاحداث تحصل في المجال الاعلامي ويكون الابطال فيها من غير الصحفيين بل جهات مجهولة تمارس اعمالاً بعيدة كل البعد عن اي قانون اخلاقي مستغلة ابشع استغلال اجهزة الاعلام واليكم هذه القصة باختصار.

في كتابة «استبدادية الاعلام» ركز ايناسيو رامونيه رئيس تحرير لوموند دبلوماتيك في فصل كامل على نماذج للمخادعة الاعلامية ولا اخلاقيات مثل هذه الاعمال.

الامثولة الاخلاقية هذه كانت بالفعل ضرورية بعد الكشف في نهاية كانون الثاني 1990 عن ان الصور المريعة لما سمي بمحرقة تيميشوارا في رومانيا كانت نتيجة عملية اعلامية مفبركة واخراج تصويري. فلم تكن الجثث المصطفة على شراشف بيضاء جثث ضحايا مجازر 17 كانون الاول 1989، بل جثث موتى تم نبشها من مدافن الفقراء وتقديمها الى عدسات التلفزيون (لو فيغارو 30/1/1990).

كانت رومانيا في تلك المرحلة في ظل نظام ديكتاتوري، وكان نيقولاي تشاوشيسكو حاكماً استبدادياً، وانطلاقاً من هذه المعطيات الصحيحة والاكيدة، ذهب التلفزيون مرة جديدة في تغطيته لاحداث بوخارست في كانون الاول 1989 الى حدود قصوى باتجاه ارضاء ميوله المرضية. وادى به السباق سعياً وراء الاثارة الى المخادعة والكذب وجر معه وفي جو من الهستيريا الجماعية، مجموع وسائل الاعلام في فرنسا بل حتى قسماً من الطبقة السياسية. فكيف امكن حدوث ذلك في فرنسا التي تعرف عن نفسها كـ «ديموقراطيات اعلام واتصال».

لا شك ان ابتداع «المجزرة» المزيفة لتيميشوارا هو احد اهم المخادعات والاكاذيب منذ ابتكار التلفزيون، فلقد كان لتلك المشاهد والصور الاثر الكبير اللامعقول على المشاهدين الذين كانوا يتابعون قبل بضعة ايام وبحماس واندفاع احداث «الثورة الرومانية» كانت حرب الشوارع مستمرة في ذلك الحين في بوخارست، وكان يبدو ان ذلك البلد، اي رومانيا، مهدد مرة جديدة بالوقوع في قبضة رجال الشرطة السرية المرعبة لنيقولاي تشاوشيسكو، لاسكوريتات (La Securitate)، حين جاء الخبر عن «المجزرة» ليؤكد مدى فظاعة ووحشية القمع.

وجاءت صور الاجساد الممزقة والمشوهة، لتضاف الى صور تلك الاجساد التي سبق ورأيناها مكدسة في معارض الجثث في المستشفيات، وليتجاوز عددها الاربعة آلاف ضحية لمجازر تشاوشيسكو في تيميشوارا وحدها. بل ان مراسل «ليبراسيون» حدد عدد هذه الجثث بـ 4630 جثة، وزادت بعض المقالات في الصحف المكتوبة من «مأساوية» الوضع. فهناك من تحدث عن «نقل الجثث المتعذر تعدادها في شاحنات النفايات الى اماكن سرية ليتم حرقها او دفنها» (لونوفل اوبسرفاتور 28/12/1989). وهناك من كتب: «كيف يمكن معرفة عدد الجثث؟ فسائقو الشاحنات التي نقلت امتاراً مكعبة من الاجساد تم قتلهم برصاصة من الخلف من قبل عناصر الشرطة السرية لاخفاء كل شاهد على المجزرة.. (وكالة الصحافة الفرنسية، في تقرير لمراسلها في رومانيا – في ليبراسيون 23/12/1989).

ومع رؤية جثث «مجرة» تيميشوارا على الشاشة الصغيرة، لم يكن بامكان المشاهدين التشكيك بوجود 60 الف ضحية – بل هناك من تحدث عن 70 الف ضحية – في احداث بضعة ايام من الثورة الرومانية. بل ان صور المجزرة اضافت الى مصداقية التأكيدات الاكثر جموحاً.

ولكن الحقيقة كما نعرفها اليوم، فان عدد ضحايا احداث الثورة الرومانية ـ وبما فيهم انصار «تشاوشيسكو» لم يتجاوز الالف ضحية، وان عدد ضحايا منطقة تيميشوارا كان ادنى من مئة ضحية، (لوموند 14/2/1990).

وعندما تم بث هذه الصور، صور مجزرة تيميشوارا على شاشات التلفزة في اوروبا الغربية ليلة السبت في 23 كانون الاول 1989 في الفترات الاخبارية للساعة الثامنة مساء، جاءت هذه الصور

متناقضة تماماً مع الاجواء السائدة تلك الليلة في منازل الاوروبيين الذين كانوا يستعدون لاحتفالات عيدي الميلاد ورأس السنة. فكيف كان بالامكان ـ مثلاً ـ عدم التأثر والشعور بالصدمة من مشهد ذلك «الشاهد» على المجزرة وهو يحاول سحب احدى الجثث بقدميها بواسطة سلك حديدي. من الاكيد ان صاحبها تعرض لافظع انواع التعذيب؟..

والحقيقة كما يقول رامونيه ان تلك الصورة في الواقع كانت، لجثة رجل مجهول علقت في مجرور وكان رجال الاطفاء يحاولون سحبها من قدميها...

امام صور تلك الصفوف من الجثث العارية المشوهة، وامام تلك العبارات والاوصاف المكتوبة مثل «امتار مكعبة من الجثث» و «شاحنات النفايات تنقل الجثث» و «جثث تم تشويهها بالاسيد» — كانت صور مشاهد اخرى تعود الى الذاكرة، مثل صور فظائع النازيين في المعتقلات.

لقد شعر المشاهدون يقول صاحب كتاب استبدادية الاعلام بالشفقة العميقة الحقيقية تجاه هؤلاء القتلى «كثيرون بكوا» قال صحافي من النوفل اوبسرفاتور في 28/12/1989 واعترف صحافي اخر «انه شعر كما وان صدمة كهربائية اصابتني... وانتابني السخط والغضب فهل سنتخلى عن شعب كامل ونتركه ضحية الشرطة السرية؟» (نوفل اوبسرفاتور 11/1/1990).

التهبت المشاعر والعقول، فدعا مقدم اخبار الساعة الثامنة مساء من القناة الاولى للتلفزيون الفرنسي جيرار كاريرو، وبعد رؤيته لصور المجزرة الى تشكيل فرق قتال دولية لتموت دفاعاً عن بوخارست وكتب جان دانيال في النوفل اوبسرفاتور يستنتج «حدوث الطلاق بين القوة المأساوية للوقائع التي نقلها التلفزيون وبين لهجة الحكام» وتسأل «ان لم يكن للحكومات مصلحة بين الحين والاخر، في استيحاء مواقفها من الشارع».

حتى ان وزير الشؤون الخارجية حينها رولان دوما وافقه القول حين اعلن «انه لا يمكن لنا ان نكون مجرد مشاهدين لمثل هذه المجزرة».

على هذا النحو، وانطلاقاً من صور ومشاهد لم يفكر احد في التحقق من صحتها، بلغ الحد بكثيرين الى الدعوة وباسم «حق التدخل» الى عمل قتالي ضد رومانيا بل الى «تدخل عسكري سوفياتي» لسحق انصار تشاوشيسكو..

امام هذه السلسلة من الاكاذيب الاعلامية المروعة التي تقود الجماهير الى تصرفات غير سوية نتساءل:

ـ من كان المستفيد من هذا العمل اللااخلاقي.

ـ لا نستطيع القول ان التلفزيون الروماني فعل كل هذه الافعال الكبيرة باستخراج الجثث والاتيان بحاويات النفايات الى ما شابه ذلك.

ـ اذن انه فعل لا اخلاقي وعمل اعلامي غير نزيه قامت به دولة رأت في هذه المخادعة فائدة لها.

فهل يصح هنا ان تتصرف الدول بعيداً عن الاخلاقيات المعتادة؟؟

اتخاذ القرارات الاخلاقية

قدمت الامانة العامة لاتحاد وكالات الانباء العربية في ورقة عمل مقدمة للجلسة الحوارية (الأخلاقية والكفاءة في عمل وكالات الأنباء) ضمن المؤتمر الـ 42 للجمعية العمومية لاتحاد وكالات الأنباء العربية في مملكة البحرين / 25.24 نوفمبر 2014 بجامعة البحرين ورقة عمل حول اتخاذ القرارات الاخلاقية فيما يلي تفاصيلها:

أولا:

في كل يوم يتخذ المراسلون والمحررون عدداً من القرارات بعضها بالغ السهولة والبعض الاخر يدفعنا للتوقف وطرح اسئلة عن انفسنا وعن المحيطين بنا. وعادة ما تكون هذه القرارات ذات بعد اخلاقي تتطلب منا الموازنة بين اعتبارات شتى حتى يتسنى لنا التوصل الى افضل الحلول وسبل المضي قدماً. وهناك نوعان من القرارات التي تحتم علينا التروي والتفكير ملياً. احد هذين النوعين هو قرار «الصواب او الخطأ». اما الاخر فيتعلق بأخذ قرار قد تكون له عدة اجابات «صائبة».

وقرار «الصواب او الخطأ» هو الاسهل في اخذه. لانه اذا كان هناك شيء غير قانوني او خطأ من الناحية الاخلاقية او يتعارض مع مدونة معايير السلوك في مهنتنا فينبغي الا نفعله. والاختلاق او الفبركة الصحفية مثال جيد على ذلك. فاختلاق تفاصيل او اقتباسات في خبر صحفي او التظاهر بانك كنت في مكان ما في حين انك لم تكن هناك امر خطأ. وكلنا نعرف هذا لذا فان الرد ببساطة هو: لا تفعل هذا.

لكن التوصل الى قرار يصبح اصعب كثيراً عندما توجد اكثر من نتيجة قد تمثل حلاً صائباً. وهذه القرارات تنطوي على اعتبارات متضاربة وتمثل معضلات أخلاقية حقيقية. ومن الامثلة على ذلك الصورة الصادمة لمشاعر المشاهدين. هنا يتعين على الصحفي تقييم ما اذا كان المشاهد بحاجة لرؤية الصورة من اجل فهم الموضوع وما اذا كان هذا يرجح على كفة مشاعر الحزن والكدر التي قد تثيرها الصورة. وما من اجابة «صائبة» في موقف مثل هذا. لكن الوعي بالقضايا ومناقشتها يقود الى صحافة افضل.

ثانيا:

توفر لنا الادلة الاسترشادية لاتخاذ قرارات اخلاقية أطر عمل متنوعة لحل المعضلة الاخلاقية.

والخطوة الاولى هي دائماً دراسة الامر وتحديد طبيعته.

فاذا ما اتضح انه يندرج في اطار «الصواب او الخطأ» فهو اذا ليس معضلة اخلاقية حقيقية ويمكن عادة حل المشكلة على الفور. اما اذا ظهر انه يمكن حل الامر بعدة طرق كلها «صائبة» فينبغي عندئذ التفكير في عدة اوجه للتصرف وتقييمها من خلال طرح الاسئلة التالية:

- كيف سيصبح العالم اذا تصرف كل انسان بالطريقة التي افكر في التصرف بها الان؟
- ما الذي تشير القوانين والمعتقدات الدينية او مدونات الاخلاق العامة التي تحكم سلوكنا علي بعمله؟

• هل هناك حل وسط يصلح لكل من هو معني بهذا الامر؟
• ما هو التصرف الذي اعتقد انه سيحقق اعظم فائدة لاكبر عدد من الناس؟
• لا بد ان اسأل نفسي ان كنت انظر للمعضلة من منظور ضيق بما يجعلني اغفل عن بعض الحلول الممكنة.
• كيف سأشعر لو انني كنت شخصياً موضوع الخبر الصحفي او احد الاشخاص الذين سيؤثر عليهم القرار الذي آخذه؟ ضع نفسك مكانهم.

لا تتسرع في اخذ قرار، فأحياناً يكون ترك الامر برمته ـ وذلك على سبيل المثال بعدم كتابة الخبر اصلاً ـ خياراً وارداً. كما ان من المفيد وجود «الشريك المخالف» في المكان الذي تدور فيه مناقشة القرارات ولو لمجرد طرح وجهة نظر بديلة.

واخيراً.. عندما تأخذ قراراً بشأن تصرف محتمل فهناك «اختبار الصفحة الاولى» او «اختبار حاسة الشم». كل ما عليك عمله هو ان تنظر للامر بموضوعية وتستمع لما يقوله لك احساسك الداخلي. واسأل نفسك هل سيكون بوسعك الدفاع عن قرارك اذا قرأت خبراً عنه في الصفحة الاولى من صحيفة الغد.

ثالثا:

والان، كيف يأتي لك اخذ مثل هذا القرار وانت تخوض سباقاً مع الزمن للالتزام بموعد طباعة الصحيفة او موعد نشرة الاخبار او كنت تعرف ان وسائل الاعلام المنافسة تتعقب هي الاخرى خيوط الخبر؟ اليك بعض الطرق التي تضمن لك عدم الارتباك تحت الضغط.

حتى في غمرة الانهماك في العمل في غرفة التحرير، هناك عادة بعض اللحظات الثمينة التي يمكنك انتهازها لاعادة النظر في خياراتك والتأكد من ان القرار الذي ستأخذه هو قرار يمكنك الدفاع عنه. وهذه هي قاعدة «خذ عشر ثوان للتأمل». فلا تسمح ابداً لضغوط المنافسة او الالتزام بموعد تسليم الخبر بالوقوف في طريق اخذ قرار مدروس جيداً. وتاريخ الصحافة حافل بنماذج لصحفيين تصرفوا بعجلة ثم ندموا لاحقاً حيث لا ينفع الندم.

واول ما ينبغي ان تسأل نفسك عنه عندما تواجه معضلة اخلاقية هو: «ما الذي اعرفه بالفعل؟ و «ما الذي ينبغي ان اعرفه؟» في اغلب الاحوال ستجد ان الحل الامثل للمعضلة التي تواجهها هو مزيد من البحث والاستقصاء حتى يرتكز الموضوع الذي تكتبه على اسس اقوى. وما لم تسأل نفسك هذين السؤالين فانك تجازف بنشر موضوع غير متكامل الاركان. اما اذا خلصت الى انك بحاجة لمزيد من المعلومات فمن المؤكد ان ما تكتبه سيكون اقوى بكثير.

والتسرع في التغطية الصحفية يحدث عندما تغلب فورة الحماس للفوز بقصة صحفية على التفكير المتروي في العناصر التي تتضافر معا لصنع قصة جيدة. من النماذج الواضحة في هذا الصدد ما يحدث اثناء الكتابة عن اشخاص. وعلى سبيل المثال اذا سألت نفسك «ما الهدف الصحفي من وراء ذلك؟» فمن شأن ذلك ان يجعلك تتفادى ذكر ديانة شخص ما لم يكن لها مغزى في القصة الصحفية وبالتالي عدم ايذاء مشاعر اتباع تلك الديانة.

رابعا:

أ. فكر في المواقف التالية وقرر ما اذا كان هناك اكثر من حل «صائب» لها. ناقش الامر مع زملائك واشرح مبرراتك. وبامكانك ايضاً استخدام امثلة من تجاربك الخاصة:

1. انت مكلف بتغطية مؤتمر لوزراء مالية دول المنطقة. وفي اليوم الذي تتوقع فيه الحصول على نص البيان الختامي للمؤتمر رأيت اوراقاً بارزة من تحت ابواب غرف الفندق الذي ينزل به الوزراء. هذه الاوراق قد تكون مسودة البيان الختامي. فهل تأخذها؟

2. انت تعمل في صحيفة تحظر سياستها على الصحفيين قبول هدايا من المصادر. وذات ليلة سمعت دون قصد زميلتك التي انضمت الى غرفة التحرير منذ ستة شهور تتحدث هاتفياً مع متحدث باسم شركة قائلة له: «يمكنك ارسال القلادة الى منزلي على هذا العنوان». هل تبلغ رئيس التحرير بما سمعته؟

ب. فكر في عدة نتائج محتملة للمواقف التالية. ناقش الامر مع زملائك واشرح مبرراتك. وبامكانك ايضاً استخدام امثلة من تجاربك الخاصة:

1. عرض عليك المكتب الصحفي بوزارة الخارجية فرصة اجراء مقابلة مع الوزير بشرط الا تسأل سوى عن العلاقات مع الولايات المتحدة وان تسمح للوزارة بمراجعة الاقتباسات المنقولة عن الوزير قبل النشر. ماذا تفعل؟

2. اثناء مقابلة مع الرئيس التنفيذي لاكبر شركة طيران في بلدك اضطر لمغادرة الغرفة للحظة من اجل الرد على مكالمة. اثناء ذلك لمحت على مكتبه مستندات تكشف ان الشركة سترفع دعوى قضائية لاشهار افلاسها، وهو امر غير متوقع على الاطلاق. فماذا تفعل؟



ميثاق الشرف الصحفي في مملكة البحرين

حرص الصحفيين في مملكة البحرين على اصدار واعتماد ميثاق شرف صحفي يعزز من مسيرة الصحافة في مملكتهم إدراكاً منهم لأهمية الرسالة الصحفية ودورها التنويري في دفع عجلة البناء والتنمية الشاملة وحرصا على تعزيز دور الصحافة الوطنية، ووقع على هذا الميثاق اكثر من 400 صحفي واعلامي ممن ينتسبون للجسم الصحفي البحريني وفيما يلي نص الميثاق:

إدراكًا من الصحفيين البحرينيين لأهمية الرسالة الصحفية ودورها التنويري في دفع عجلة البناء والتنمية الشاملة في إطار المشروع الإصلاحي لحضرة صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة عاهل البلاد المفدى بمختلف أبعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والثقافي.

وحرصًا على تعزيز دور الصحافة الوطنية الحرة والمستقلة في تدعيم مسيرة الديمقراطية واحترام الحقوق والحريات الأساسية، وفي مقدمتها حرية الرأي والتعبير في إطار من الضوابط الأخلاقية والمهنية بما يحقق المصلحة العليا للوطن وجميع المواطنين،

وتفعيلاً لأحكام الدستور ومبادئ ميثاق العمل الوطني فيما يتعلق بكفالة حرية الصحافة والإعلام وفقًا للشروط والأوضاع التي يبينها القانون مع عدم المساس بأسس العقيدة الإسلامية ووحدة الشعب وبما لا يثير الفرقة أو الطائفية،

وتماشيًا مع التزامات مملكة البحرين بالمواثيق والعهود الحقوقية الدولية، لاسيما الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية للأمم المتحدة، وميثاق الشرف الإعلامي العربي،

وإيمانًا منا بأهمية دور الكلمة النزيهة والآراء الموضوعية في تنمية المجتمع البحريني وتعميق روح الألفة والوحدة الوطنية في إطار احترام حق الاختلاف والرأي الآخر في سياق من التعددية والحيادية والمصداقية وسيادة القانون، واهتمامًا بتوحيد الكيان أو الجماعة الصحفية البحرينية على أساس من الود والاحترام المتبادل بما يرتقي بالأداء الصحفي والإعلامي ويضمن الحفاظ على آداب وأخلاقيات المهنة، ويحمي حقوق الصحفيين.

نُعلن نحن أعضاء الأسرة الصحفية والإعلامية البحرينية من محررين وناشرين ومؤسسات اعتماد «ميثاق الشرف الصحفي» التالي والالتزام التام بكافة بنوده ومبادئه:

المبادئ العامة

1 ـ الصحافة الحرة والمسؤولة هي جوهر المجتمع الديمقراطي السليم، وجزء لا يتجزأ من حقوق الإنسان وحرياته الأساسية، وتستهدف تنوير الرأي العام وتحقيق مصلحة الوطن والدفاع عن وحدته وأمنه واستقراره، وعدم إثارة الفرقة الطائفية أو المساس بثوابت الشريعة الإسلامية.

2 ـ الدقة والمصداقية والشفافية أساس العمل الصحفي والإعلامي الناجح وذلك عبر التحقق من صحة الأنباء والتغطية الصحفية دون مغالطات أو افتراءات أو تزييف للحقائق أو تضليل للرأي العام، مع ضمان حق الرد والتعقيب كضرورة لاكتساب الاحترام ونيل ثقة الجمهور.

3 ـ الحق في الحصول على المعلومات من بيانات وصور ووثائق بالوسائل المشروعة بهدف التوصل إلى الحقيقة ودون تعد على حقوق الملكية الفكرية.

4 ـ الموضوعية والحيادية والاستقلالية أسس عمل الصحافة الاحترافية على أن تُراعى مبادئ التعددية الثقافية والفكرية في المجتمع، والتفرقة بين التغطية الإخبارية المجردة وبين التعبير عن وجهة النظر الشخصية أو القناعات الأيدولوجية.

5 ـ احترام المنافسة النزيهة بين العاملين في الوسط الصحفي دون تجريح أو إسقاط أو تخوين أو إساءة، مع مراعاة حقوق وواجبات الزمالة المهنية في الدفاع عن حقوق الجماعة الصحفية ومعالجة أي خلافات تنشأ بينهم.

6 ـ الارتقاء بالمعايير الأخلاقية الصحافية وآداب وشرف المهنة والنزاهة باعتبارها واجبا وطنيا على كل صحفي ومؤسسة صحفية الالتزام بها، والعمل على حماية الآداب العامة وتأكيد الوحدة الوطنية وسيادة القانون والابتعاد عن الإثارة والتجريح أو نشر الصور المنافية للأخلاق أو التشهير أو انتهاك حرمة وكرامة الآخرين.

7 ـ جمعية الصحفيين البحرينية هي الكيان الشرعي والوحيد الممثل للصحافة الوطنية، وتتولى الدفاع عن حقوق الصحفيين وتسوية أي خلافات أو منازعات تنشأ بينهم لأسباب لها علاقة بالعمل، مع الحرص على مراقبة والتأكد من التزام الوسط الصحفي والإعلامي، أفرادا ومؤسسات، بتنفيذ مبادئ «ميثاق الشرف الصحفي».

الحقوق والالتزامات

أولاً: الالتزامات الواجبة على الصحفيين والمؤسسات الصحفية

يتوجب الالتزام بما يلي:

1. الامتناع عن الانحياز إلى الدعوات العنصرية أو التي تنطوي على ازدراء الأديان أو كراهيتها أو التي تروج للتمييز أو الاحتقار لرأي أو معتقد طائفة من طوائف المجتمع.

2. تحري الدقة والأمانة والموضوعية في صياغة ونشر الأخبار والمعلومات والوقائع وفقًا للأعراف الصحفية وأخلاقيات المهنة المعمول بها، وفي هذا يلتزم الصحفي والمؤسسة الصحفية والإعلامية بالآتي:

أ) عرض الأخبار والمعلومات مجردة من التشويه أو التزييف أو التضليل أو سوء النية.

ب) نسب الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة قدر الإمكان دون أن يمس ذلك بالالتزام الأخلاقي بحماية سرية مصادر المعلومات المتعارف عليه في العمل الصحفي.

ج) تحري الدقة في وضع المعلومات والصور في سياقها وتسلسلها الزمني والموضوعي.

د) عدم إخفاء أو التكتم على المعلومات كلها أو جزء منها والتي من شأنها تحقيق المصلحة العامة.

ه) عدم نقل أي أخبار أو معلومات تم التأكد من عدم صحتها أو من ضررها بالمصلحة العامة.

و) عرض وجهات نظر متنوعة في تناول الأحداث والقضايا المجتمعية بأسلوب يحقق مبدأ الرأي والرأي الآخر.

ز) عدم صياغة الأخبار بأسلوب قد يدل على الانحياز لأيديولوجية سياسية أو معتقد طائفي معين.

ح) عدم نشر معلومات غير مؤكدة أو مجهولة المصدر أو تخدم أغراضا دعائية.

ط) التمييز بوضوح بين الحقائق المعلوماتية المجردة والتعليق عليها وبين الخبر والرأي.

ي) مراعاة أن يكون عنوان الخبر معبرا بدقة عن محتواه وضرورة ذكر مكان الحدث وتاريخه.

3. حق الرد والتصحيح مكفول لأي شخص أو جهة يتناولها الصحفي في إطار حدود المادة المنشورة ودون مخالفة للقانون أو الآداب العامة، وعلى المؤسسة الصحفية إتاحة الفرصة العادلة أمام تصحيح المغالطات على الفور وبشكل بارز، وتقديم الاعتذار عن أي خطأ أو تشويه.

4. احترام خصوصية الأفراد حيث لا يجوز للصحفي أو للمؤسسة الصحفية استخدام وسائل النشر في التعرض للحياة الخاصة لأي شخص سواء بالتشهير أو تشويه السمعة أو تحقيق منافع شخصية أو إلقاء الاتهامات جزافًا ودون سند. وفي هذا الإطار:

أ) لكل شخص الحق في أن تحظى حياته الخاصة وأسرته ومسكنه وأوضاعه الصحية ومراسلاته بما في ذلك اتصالاته الرقمية بالاحترام.

ب) من غير المقبول تصوير الأفراد دون موافقتهم سواء في الممتلكات العامة أو الخاصة.

ج) عدم الحصول على معلومات أو صور بوسائل غير مشروعة من قبيل التخويف أو المضايقة أو الملاحقة أو الانتهازية أو الابتزاز أو عن طريق انتحال شخصية لهذا الغرض.

د) عدم التفسير بسوء نية أو الافتراء أو الطعن أو القذف أو الاتهام على غير أساس، أو قبول الرشوة سواء من أجل نشر أو إخفاء معلومات.

5. حظر نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع وآدابه العامة ومبادئ الشريعة الإسلامية، وينبغي على المؤسسة الصحفية الفصل بين المواد التحريرية والإعلانية.

6. يلتزم الصحفي باحترام أحكام الدستور والقوانين ذات الصلة بقواعد النشر والصحافة والتعبير عن الرأي وعدم المساس بالثوابت الدينية والوطنية السائدة في المجتمع، والامتناع عما يلي:
أ) التعرض لدين الدولة الرسمي في مقوماته وأركانه بالإساءة أو النقد قولا أو فعلا أو كتابة.
ب) التحريض على ارتكاب جرائم القتل أو النهب أو الحرق أو المخلة بأمن الدولة أو المضرة بالمصلحة العامة.
ج) التحريض على قلب نظام الحكم أو تغييره او كراهيته.
د) التحريض على كراهية طائفة أو طوائف من الناس وبما يؤدي إلى تكدير الأمن العام أو المساس بالوحدة الوطنية.
ه) المساس أو الانتقاص من أي شخص بسبب العرق أو اللون أو الدين أو الجنس أو التوجه أو لكونه مصابا بأي مرض جسدي أو عقلي.
و) منافاة الآداب العامة أو المساس بكرامة الأشخاص أو حياتهم الخاصة.
ز) نشر أخبار كاذبة أو استخراج أوراق مصطنعة أو مزيفة من شأنها الإخلال بالأمن العام أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة.
7. يُحظر على الصحفي والمؤسسة الصحفية تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة من قضايا بما يؤثر على مجرى التحقيق أو تلك القضايا، وعليهم في هذا الإطار أيضًا:
أ) الالتزام بعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحتجزين على ذمة التحقيق في الجرائم والقضايا، والانتباه إلى أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته.
ب) الالتزام بقرار السلطة القضائية بحظر النشر في قضايا تتعرض لها.
ج) عدم الإفصاح عن هوية ضحايا الاعتداء الجنسي أو نشر مواد من شأنها أن تساعد على تحديد هويتهم ما لم يكن هناك مبرر كاف، وهم أحرار في القيام بذلك من الناحية القانونية.
8. حظر استغلال المهنة الصحفية في قبول أو الاستفادة من تبرعات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية أو محلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كما لا يجوز على الصحفي بشكل عام وخلال مزاولته لعمله المهني جلب الإعلانات أو تحريرها أو التربح منها.
9. يجب على الصحفيين والمؤسسة الصحفية حماية حقوق الملكية الفكرية، وخاصة ما يتعلق باحترام حق المؤلف والحقوق المجاورة وفقا للتشريعات الوطنية والمواثيق الدولية. ويحظر على الصحفي اقتباس آراء أو أقوال مؤلف آخر دون الإشارة إلى مصدرها الأصلي.
10. حماية حرية الصحافة واستقلاليتها مسؤولية فردية وتضامنية، وفي سبيل ذلك على كل صحفي واجبات مهنية ومسؤوليات أخلاقية تتمثل في الآتي:
أ) نبذ وإدانة وكشف أية ممارسات من شأنها الإساءة إلى مهنة الصحافة أو استغلالها في منافع شخصية.
ب) مراعاة الاحترام المتبادل في العلاقات السائدة بين أعضاء الأسرة الصحفية من خلال البُعد عن الإساءة المتعمدة أو التجريح الشخصي أو تشويه السمعة.

ج) التعامل بشفافية مع التحقيقات التي يجريها أرباب العمل أو النقابات المهنية والمتعلقة بالشكاوى أو الأخطاء أو السلوكيات غير الأخلاقية.

11. تعزيز التضامن بين الصحفيين والمؤسسات الصحفية تحت مظلة جمعية الصحفيين البحرينية من أجل حماية حرية الصحافة والدفاع عن مصالح وحقوق الصحفيين ومكتسباتهم المهنية والارتقاء بأوضاعهم المهنية والأدبية، مع مراعاة:

أ) تأمين بيئة العمل المناسبة لتحقيق المعايير الأخلاقية المتوافق عليها في هذا الميثاق.

ب) إبعاد الوسط الصحفي عن الدخول في مهاترات شخصية أو معارك جانبية تسيء إلى قدسية واحترام المهنة.

ج) التزام الصحفي بذكر اسم الصحيفة المنافسة في حالة نقل معلومات أو حقائق توصلت إليها.

د) حق التنافس بين الصحفيين في الحصول على المعلومات والأخبار والصور دون إساءة أو عرقلة لمهام زملاء المهنة.

12. الصحافة الحرة هي المرآة الحقيقية للمجتمع، وانطلاقا من مبدأ المسؤولية المجتمعية فإن الصحفيين والمؤسسات الصحفية والإعلامية مطالبون بالالتزام بواجباتهم في نشر الوعي والتثقيف المجتمعي، وحماية حقوق المجتمع بجميع أفراده ومكوناته، والتصدي لأي مظاهر سلبية أو ممارسات دخيلة تخالف العادات والتقاليد المرعية في البلاد، وذلك من خلال:

أ) عدم الترويج للأعمال الفنية الهابطة أو المبتذلة أو المخالفة للقيم الإسلامية والأعراف والآداب العامة.

ب) تجنب الإثارة في نشر أخبار الجرائم والابتعاد عن أسلوب الفضائح وعدم إبراز مظاهر العنف التي تشيع الخوف أو الاكتئاب أو تغرس العدوانية لدى المراهقين أو الأجيال الناشئة.

ج) عدم نشر الأخبار المتعلقة بالسحر والشعوذة والدجل بالشكل الذي يخدم هذه الممارسات المشبوهة.

د) تحريم كافة أشكال التمييز ضد المرأة والعمل على تحسين صورتها وعدم استغلالها في وسائل الإعلام بشكل يقلل من قدرها ويهين كرامتها.

ه) احترام حقوق الأطفال بعدم إجراء مقابلات معهم أو تصويرهم دون إذن من أولياء أمورهم أو المسؤولين عنهم، وحظر نشر ما يسيء لهم أو لعائلاتهم لاسيما في القضايا المتعلقة بالتحرش والاعتداءات الجنسية سواء كانوا ضحايا أو شهودا، أو المتعلقة بتصرفات سلبية من جانب أحد الوالدين إزائهم.

و) تجنب الإفراط في تناول تفاصيل الجرائم مثل حوادث التحرش والاغتصاب وتعاطي المخدرات أو أساليب الانتحار.

ز) حماية ودعم الصحة والسلامة العامة.

13. يلتزم الصحفي في أداء مهنته باحترام القوانين واللوائح المتبعة في أجهزة الدولة والمرافق العامة والمنشآت الخاصة، وحماية المصالح العامة، من خلال:

أ) الحصول على إذن مسبق من السلطة المسؤولة قبل دخول المناطق غير المسموح بدخولها للعامة.

ب) عدم تناول أداء الأسهم أو الأوراق المالية بهدف التأثير عليها سلبا أو إيجابا لجلب مصالح شخصية للصحفيين أو لذويهم.
ج) التزام الصحفي بواجبه في دعم الإصلاح ومكافحة الفساد المالي والإداري، وكشف المخالفات ومعالجة الظواهر السلبية في المجتمع.

ثانيًا: حقوق الصحفيين والمؤسسات الصحفية إزاء الغير

للصحفيين والمؤسسات الصحفية حقوق وضمانات واجب توافرها إزاء الغير، تتمثل فيما يلي:

1. حق الصحفيين والمؤسسات الصحفية في أداء رسالتهم المهنية بحرية واستقلالية في حدود القانون.
2. لا يجوز مصادرة الصحف أو تعطيلها أو إلغاء ترخيصها إلا بحكم من القضاء.
3. لا يجوز أن يكون رأي الصحفي أو المعلومات التي ينشرها سببا للمساس بأمنه وسلامته الجسدية والنفسية أو لأي من ذويه، كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر معلوماته، وذلك كله في حدود القانون.
4. للصحفي حق الحصول على المعلومات والإحصاءات والاطلاع على الوثائق الرسمية المُباحة وغير المحظورة من مصادرها، وله الحق في تلقي الإجابة على استفساراته ونشر ما يتحصل عليه من معلومات، وكل ذلك في حدود القانون.
5. حرية تداول المعلومات دون قيود وفي إطار تكافؤ الفرص بين مختلف الصحفيين والمؤسسات الصحفية والإعلامية، ودون إخلال بمقتضيات الأمن الوطني والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا، على أن يلتزم الصحفي بعدم نشر معلومات متى كانت تعتبر «غير قابلة للنشر».
6. للصحفي في سبيل أداء عمله الحق في حضور المؤتمرات وكذلك الجلسات والاجتماعات العامة وفقا للأنظمة الخاصة بها.
7. لا يجوز تهديد الصحفي أو ابتزازه بأي طريقة في سبيل نشر ما يتعارض مع ضميره المهني، أو لتحقيق مآرب خاصة بأي شخص أو جهة.
8. عدم التهاون في معاقبة كل من مس كرامة صحفي أو اعتدى عليه بسبب ممارسة عمله وفقا للقوانين المعمول بها، واعتبار الاعتداء على أي صحفي هو عدوان على الصحافة الحرة والمستقلة.
9. ضمان أمن وسلامة الصحفي وتوفير الحماية اللازمة له أثناء القيام بعمله في مواقع الأحداث ومناطق الكوارث والحروب التي قد تكون مهددة لحياته.
10. العلاقة بين الصحفي والمؤسسة الصحفية تخضع لشروط وضوابط عقد العمل الصحفي ودون أن تتعارض مع أحكام قانون العمل في القطاع الأهلي، وفي ذلك:

أ) لا يجوز حرمان الصحفي من أداء عمله أو نقله إلى عمل غير صحفي دون وجه حق، وبما يؤثر على أي من حقوقه المادية والمعنوية.
ب) يحظر فصل الصحفي تعسفًيا بسبب رأيه، ولا يجوز فصله من عمله إلا بعد إخطار جمعية الصحفيين بمبررات الفصل، على أن يتم تطبيق أحكام القانون المذكور في شأن الفصل في حالة عدم تمكن الجمعية من التوفيق بين الطرفين.

ميثاق الشرف بين رؤساء تحرير
الصحف المحلية البحرينية .. خطوة للامام

أن الصحافة المستقلة والكلمة الصادقة الموضوعية في ظل أجواء الانفتاح الديمقراطي والحرية المسؤولة من أهم دعامات الحفاظ على أمن واستقرار الوطن، ووحدته وتماسكه، وتكريس قيم الود والتسامح، وتدعيم مسيرة البناء والنهضة التنموية والحضارية، ومن هنا جاءت فكرة توقيع ميثاق شرف رؤساء تحرير الصحف المحلية البحرينية في مبادرة هي المبادرة الأولى من نوعها في تاريخ الصحافة الوطنية البحرينية بين رؤساء تحرير الصحف المحلية ، والتي جسدت وعي القائمين على الصحف بالشراكة مع وزارة شؤون الإعلام بأهمية الالتزام بآداب وأخلاقيات المهنة على أسس من المصداقية والأمانة والموضوعية، ومراعاة المصلحة العليا للوطن والمواطنين، ونبذ دعوات الفرقة والتعصب والكراهية.

لقد جاء توقيع ميثاق الشرف الاعلامي الذي تم التوقيع عليه في 2 ديسمبر 2015 انطلاقا من إيمان وزارة شؤون الاعلام ورؤساء التحرير بأهمية الرسالة التنويرية للصحافة الوطنية، ودورها الرائد في دعم مسيرة الديمقراطية، وإدراكا منهم بثقل الصحافة البحرينية وتاريخها العريق منذ تأسيس أول جريدة بحرينية، وتواصل رسالتها في دعم وتعزيز خطط النهوض والنمو، ودفع عجلة البناء والتقدم في شتى القطاعات والمجالات خلال العهد الزاهر لصاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة عاهل البلاد المفدى حفظه الله ورعاه.

ان القيم والمبادئ الراقية المنصوص عليها في ميثاق الشرف، جاءت نابعة من روح الدستور وميثاق العمل الوطني، ومتوافقة مع المواثيق الصحفية والإعلامية والحقوقية الدولية فيما يتعلق باحترام حرية الرأي والتعبير المسؤولة، وعدم السماح بالتحريض على العنف أو الكراهية الدينية أو الطائفية أو العنصرية أو العرقية أو المساس بكرامة الأشخاص وحياتهم الخاصة.

وجدير بالذكر أن ميثاق شرف رؤساء تحرير الصحف المحلية يتضمن العديد من البنود والمبادئ المستلهمة من مواثيق الشرف الصحفية العالمية، مع مراعاة خصوصية المجتمع البحريني، بما يؤكد حرص رؤساء التحرير باعتبارهم ممثلين لقادة الرأي على الارتقاء بمستوى الحقوق والحريات التي تتمتع بها الصحافة البحرينية، وفتح المجال أمام العاملين بها لتولي زمام المبادرة في تنوير وتثقيف الرأي العام، وذلك في إطار من الضوابط الأخلاقية والمهنية التي تكفل مزيدا من مهنية واستقلالية المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، وبما يضمن تحقيق المصالح العليا للوطن وللمواطنين والحفاظ على مقدساتهم ومكتسباتهم.

ويستقي الميثاق بنوده الرئيسية من روح وثوابت القواعد الأساسية التي أقرها العمل والأعراف الصحفية المعمول بها في مملكة البحرين منذ إصدار أول مطبوعة ورقية وحتى الآن، فضلا عن أحكام الدستور وبنود ميثاق العمل الوطني، والتي تنص جميعها على كفالة حرية الصحافة والصحفيين، وبما يتوافق مع قيم المجتمع ووحدة وتماسك مكوناته واحترام مقدساته، وبشكل يتماشى مع التزامات المملكة بالمواثيق والعهود الحقوقية الدولية، سيما تلك التي تدعم دور

الصحافة الوطنية المستقلة كوسيط نزيه في نقل المعلومة والرأي بنزاهة وشفافية ودون مساس بآداب وأخلاقيات المجتمع والمهنة.
ويدعو الميثاق إلى احترام عدة مبادئ رئيسة، يجيء في مقدمتها: ترسيخ أواصر الوحدة الوطنية، وعدم التحريض وإثارة الفرقة بين أي من مكونات المجتمع، مع التمسك بالمعايير التي تضمن نزاهة وموضوعية ومصداقية العمل الصحفي والعاملين به، ودورهم الرائد في حماية المنجزات الوطنية بعيدًا عن الإثارة أو التوجيه المغرض أو الاعتداء على الخصوصيات أو بث الإشاعات والمعلومات غير المؤكدة أو الإساءة لعلاقات المملكة بأصدقائها أو حلفائها أو رموزها.
يذكر أن ميثاق الشرف الذي وقع عليه رؤساء تحرير الصحف البحرينية ينص على المبادئ الآتية:
- العمل على ترسيخ أواصر المودة والوحدة الوطنية بين فئات المجتمع والحفاظ على الأمن والاستقرار الوطني بما يخدم المصلحة الوطنية، وتجنب أي توجه لبث روح التمييز أو التشهير أو الفتنة والتفرقة بين فئات المجتمع في أي حال من الأحوال.
- عدم التحريض على بغض طائفة أو طوائف من الناس، أو على الازدراء بها أو التحريض الذي يؤدي إلى الإخلال بالنظام العام أو بث روح الشقاق في المجتمع والمساس بالوحدة الوطنية.
- العمل على ضمان المصداقية والحرية الإعلامية المسؤولة وبما لا يمس المعتقدات الإسلامية والمصالح الوطنية والقيم والعادات الاجتماعية.
- العمل على تقصى مصداقية وصحة المعلومات والحقائق للأخبار والمواضيع التي سيتم نشرها، والحفاظ على هوية ووحدة المجتمع بجميع فئاته.
- الالتزام بأن لا تكون الوسيلة الاعلامية أداة لإثارة الفرقة أو الطائفية أو ما يتح فرصة التعدي على خصوصيات الآخرين أو خدش حياء المجتمع.
- الحذر من بث الإشاعات والمعلومات غير المؤكدة على أنها حقائق، والحرص على عدم نشر الاتهامات المسيئة التي تتعمد الضرر بالآخرين.
- الالتزام بعدم المساس بالمصالح مع الدول الإسلامية والعربية الشقيقة والدول الصديقة وفقا للمعاهدات والمواثيق الدولية.
- الحرص على استخدام المفردات والمصلحات والصور المهنية الراقية غير المثيرة للجدل أو المساس بالمعتقدات والمشاعر والآداب العامة.
- الحرص على الدقة والصحة والموضوعية المهنية في الصياغة وتحرير ومعالجة المعلومات والمواد والصور والمشاهد الإعلامية والبعد عن التشهير أو التمييز والتعصب الديني أو العرقي أو السياسي أو الاجتماعي.
- البعد عن نشر وترويج العبارات الطائفية والتصنيفات المذهبية، والمقالات التي تحمل الحده والتشنج الطائفي وتخوين مكونات المجتمع واثاره النعرات الطائفية وتهدف الى الفرقة.
- الالتزام من جميع المؤسسات الإعلامية والإعلاميين والصحفيين تحمل المسؤولية الذاتية بتطبيق المبادئ المهنية والقيم الأخلاقية للحرية الإعلامية وتحمل المسؤولية تجاه المساس بالمعتقدات الدينية أو القيم الأخلاقية أو التشهير أو التمييز تجاه أي من أفراد أو فئات المجتمع.

الموقعون على ميثاق الشرف:

1. الأستاذ أنور عبدالرحمن رئيس تحرير صحيفة أخبار الخليج.
2. الأستاذ عيسى الشايجي رئيس تحرير صحيفة الأيام.
3. د. منصور الجمري رئيس تحرير صحيفة الوسط.
4. الأستاذ يوسف البنخليل رئيس تحرير صحيفة الوطن.
5. الأستاذ مؤنس المردي رئيس تحرير صحيفة البلاد.
6. الأستاذ عبدالمنعم المير رئيس تحرير صحيفة النبأ.

المشاكل والتحديات التي تواجه الصحفي



لا يمكن قياس عملية الإبداع الصحفي، منذ بداية التخطيط لإصدار عدد من الصحيفة، حتى ظهورها كمادة مطبوعة، في شكل جريدة أو مجلة، بأيام العمل. إضافة إلى أن الصحفيين كثيراً ما يضطرون إلى إنجاز واجبهم المهني، في أصعب الظروف وأكثرها استثنائية، وفي مهمات تتطلب ركوب المخاطر، وتستنزف القوة والطاقة بدرجة كبيرة. ومن ثم يعد الاعتراف الاجتماعي بالعمل الصحفي، وتعويضه تعويضاً عادلاً، وضمان راحته، وصحته بشكل مناسب، وحماية حقوق ومصالح الصحيفة جزء من المشاكل، التي تحاول كل منظمة صحفية أن تحلها، وتذللها.

المشكلات المهنية اليومية التقليدية:

يواجه الصحفي، يومياً، مشكلتين تقليديتين، تنبعان من طبيعة مهنة الصحافة:
الأولى: عنصر الوقت؛ فالأخبار، وهي صناعة الصحافة الأساسية، سلعة سريعة البوار، فما يسعى إليه الصحفي، ويحصل عليه، من معلومات، ووقائع تشكل اليوم سبقاً صحفياً مهماً، لا قيمة له غداً، فهناك الجديد، ومن ثم يعمل الصحفي وسيف الوقت Deadline، أو عنصر الزمن، مسلط عليه بشكل مستمر.
الثانية: ضيق المساحة المخصصة للنشر Newshole، حيث لا تستطيع الصحيفة أن تنشر كل ما يرد إليها من مواد صحفية، فتختار بعضها، وتنشره في المساحة المناسبة، مع باقي الأخبار والموضوعات. ومن ثم قد يحصل الصحفي على أخبار مهمة ولكنه لا يستطيع نشرها، لأنها أتت بعد موعد النشر المحدد، أو لعدم وجود مساحة لها، لأن هناك أخباراً وموضوعات أكثر أهمية، أو تنشر، بعد اختصارها، وتركيزها، في سطور قليلة، قد لا ترضى غرور الصحفي، الذي بذل جهداً كبيراً في الحصول عليها.

الضغوط النفسية والعصبية

إذا كانت الصحافة، كما يصفها البعض، هي مهمة البحث عن المتاعب، أو هي مهنة البحث عن الحقيقة، فإن البحث عن الحقيقة، من خلال الأخبار والموضوعات، يجعل الصحفي يعيش في حالة مستمرة من الترقب، والانتظار، والتوقع، واليأس، والإحباط، والانتصار، والانكسار، مما يسبب التعب والإنهاك، الذي يؤدي بالدرجة الأولى، إلى الإصابة بأمراض القلب وأمراض أخرى بين الصحفيين.

ففي دراسة امريكية تبين أن الصحفيين والطيارين، والمهندسين العاملين، في مجال الفضاء الخارجي، في مقدمة الفئات المهددة بأمراض القلب.

كما نشر طبيب أسباني، عضو في جمعية الصحافة الإسبانية، دراسة مماثلة أثبتت نتائجها أن العمل الصحفي يسبب اضطرابات قلبية، كما يسبب حالات، من القلق واضطرابات الجهاز الهضمي.

وأوضح الطبيب الإسباني، في دراسته، أن متابعة الأخبار اليومية تؤدي إلى ظهور حالات اكتئاب منظمة وأرق دائم، كما تؤدي إلى مشاكل في التنفس، وارتفاع نسبة الإصابات بالنوبات القلبية بين الصحفيين، وأكد أن عدداً مخيفاً، من الأمراض الجديدة، بدأ ينتشر، بين الصحفيين، منذ بدأ العمل على أجهزة الكمبيوتر، مثل الإرهاق الشديد، والانفجار في المخ، والقرحة في المعدة.

وتشهد الصحافة البريطانية، وكذلك الصحافة الأمريكية، آلاف القضايا المرفوعة، من صحفيين بها، بسبب بعض الأمراض المهنية التي أصابتهم بسبب إدخال الحاسبات الإلكترونية، في صحفهم مثل: الإرهاق في الرسغ Repetitive Strain Injury RSI، والزيغ البصري، وعدم القدرة على التركيز.

وفي منطقة الخليج العربي، أكدت دراسة أجريت، على عينة من الصحفيين العاملين، في ثلاث صحف خليجية، في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، أن الضغوط النفسية تأتي في مقدمة الضغوط، التي يتعرض لها الصحفيون، خاصة المحررون الأجانب، الذين يعملون في صحف تصدر في غير بلادهم الأصلية. ورصدت هذه الدراسة الضغوط، في عدم الاستقرار العائلي، أو الوظيفي، خاصة بالنسبة للصحفيين العاملين في الصحف الأهلية، وخشية هؤلاء الصحفيين من الخطأ لعدم معرفة طبيعة العمل بهذا البلد أو ذاك، والخوف من الإنهاء المفاجئ للتعاقد، وتخطي بعض الصحفيين، في المكافآت والترقيات والعلاوات، وفرص السفر في مهمات صحفية إلى الخارج.

أما الضغوط النفسية، التي يواجهها الصحفي المواطن، من أبناء دول الخليج، فتتمثل في عدم الثقة في قدرته وكفاءته، وندرة الفرص التي تتاح أمامه، لإثبات مهاراته الصحفية، والتشكيك في مدى تحمله للمسؤولية، وشعوره الدائم بأن المناصب القيادية والإشراقية، والامتيازات الأدبية والمهنية والمادية، يستحوذ الصحفيون الوافدون على معظمها، بحكم الأقدمية والخبرة والكثرة العددية.

تحدي الموضوعية

تشكل الموضوعية قيمة أساسية مهمة في العمل الصحفي، يسعى الصحفي، بقدر الإمكان لتحقيقها. ويتطلب تحقيق الموضوعية فصل الرأي عن الحقيقة، وتحقيق النزاهة والتوازن، بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة، لإبداء وجهات نظرها، حتى يتسنى للجمهور الحصول على كل المعلومات اللازمة، حول قضية، أو حدث من الأحداث. وهي تعني الحياد بدلاً من التدخل والمشاركة.

وتنقسم الآراء حول الموضوعية إلى اتجاهين أساسيين:

الاتجاه الأول:

يرى أن الموضوعية خرافة، وأنه قد آن الأوان لأن يصبح القائلون بالموضوعية أكثر واقعية، وأن يعترفوا بأنها شيء لا وجود له، إلاّ في أذهانهم فقط. فإنه ينبغي أن تكون التقارير الموضوعية أمينة نزيهة وناطقة بالحق وصورة من الواقع، ولكن أين هي هذه التقارير ؟ فلا يوجد مراسل صحفي يعرف الحقيقة كل الحقيقة. ومن ثم فليس بمقدوره أن يكتب تقريراً يضاهي الواقع بكل أبعاده. ويدعم آراء أصحاب هذا الاتجاه دراسات علم الدلالة، والدراسات الانثروبولوجية. يصف عالم الانثروبولوجي الشهير ادوارد هوك، كيف تؤثر الثقافة، في الطريقة، التي يرسل بها الشخص الرسائل الاتصالية، ويستقبلها، بقوله: «إن الثقافة قالب وُضعنا فيه، فهي تسيطر على حياتنا اليومية بطرق عديدة.

ويرى ولبير شرام أن عملية التعرض الانتقائي ليست عملية قاصرة على جمهور يتعرض للمحتوى الذي يريده فحسب، ولكنها تحدث كذلك للقائمين على اختيار الأخبار، فهم يختارونها، في ضوء خبراتهم، ويفسرونها لكي تقاوم أي تغير في ثقافاتهم والإطار المرجعي لأفكارهم.

الاتجاه الثاني :

يرى أصحابه أن الموضوعية هدف صحفي يمكن تحقيقه، ويمكن للصحفي أن يكون موضوعياً إذا أراد، وسعى من أجل ذلك. وهو وإن لم يصل إلى الشكل الدقيق للموضوعية، الذي يتحدث عنه أصحاب الاتجاه الأول، إلاّ أنه يستطيع الوصول إلى درجة من الموضوعية، تثبت أن الموضوعية مفهوم ذو معنى، وليس خرافة على الإطلاق. والسؤال الأساسي، الذي يطرحه أصحاب هذا الاتجاه المؤيد للموضوعية هو ما هو موقف المندوب، تجاه تقريره الإخباري، وتجاه جمهوره ؟ هل يريد أن يكون محايداً؟ أو يريد أن يكون متميزاً؟ فالموضوعية، في ظل اتجاه محايد، يمكن أن تكون مفهوماً واقعياً، في وسائل الإعلام، على الرغم من كل العقبات التي تعترضها. والموضوعية تتطلب من جميع صحف العالم تقييم أداءها، بين الحين والآخر.

الرقـابــة

تشكل الرقابة، التي تفرض على وسائل الإعلام، ومن بينها الصحافة، أهم المشاكل التي تواجه الصحفي، في تلك الدول. ويوجد نمطان رئيسيان لممارسة الرقابة في المجتمعات النامية:
أولاً: الرقابة المباشرة أو المتطورة، وتتخذ الأشكال التالية:

1. الرقابة السابقة على النشر، بمعنى وجود رقيب مقيم في المنشأة الإعلامية، يمارس عمله، سواء كصحيفة او مجلة او ضمن جهة حكومية كوزارات الداخلية، أو الدفاع، أو الثقافة، أو الإعلام، فيقرأ كل مادة صحفية خاصة به، قبل أن تنشر او تبث للإعلام، ويجيز أو لا يجيز النشر. وقد يحذف بعض الفقرات، أو الأجزاء، من هذه المادة، حتى يسمح بنشرها.
2. الرقابة، بعد النشر، وقبل التوزيع، بحيث يمنع توزيع عدد يحتوي على مادة صحفية، غير مطلوب وصولها إلى القراء، من خلال ضبط أعداد الصحيفة المعدة للتوزيع من المطبعة، ومنعها من التداول.
3. الرقابة بعد التوزيع، حيث يتم جمع أعداد الصحيفة، من السوق، ومصادرتها، وقد يتم إدارياً أو قضائياً.

ثانياً: الرقابة غير المباشرة، ويمكن أن تتخذ الأشكال التالية:
1. إصدار قائمة بالتعليمات، أو التوجيهات الحكومية، حول بعض الخطوات الخاصة بالنشر، والتي يقال، عادة، إن المصلحة القومية تقتضيها.
2. التدخل في أسلوب المعالجة الصحفية، المتصلة بأحداث أو قضايا معينة.
3. تعرض الإعلاميين لبعض أشكال الضغط المادي (السجن ـ الطرد من الخدمة ـ التعذيب) أو الضغط المعنوي (الإغراء ـ الترهيب ـ المنع من الكتابة ـ النقل إلى عمل آخر).
4. فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات ـ قد يراها البعض أنها غامضة أو مطاطة ـ كالصالح العام، والمصلحة القومية، والحفاظ على الوحدة الوطنية، والأمن القومي، والمقومات الأساسية للمجتمع، أو حماية النظام العام. وهذه كلها قد تمتد لتصبح ستاراً تحمي به السلطة العامة نفسها، والأشخاص العاملين، من النقد.
5. الرقابة التي قد يمارسها رئيس التحرير، أو المحرر المسؤول.
6. وضع قيود على حرية استقاء الأنباء، من مصادرها، وحرية الرجوع إلى مصادر الأخبار.

ويطرح البعض مبررات عديدة لفرض الرقابة، في المجتمعات النامية، مثل:
1. إن الأفكار، التي تطرحها وسائل الإعلام، زائفة وباطلة أو خطيرة، من وجهة نظر بعض المسؤولين.
2. ادعاء فئة من المجتمع، مثل الصفوة، لنفسها الوصاية على بقية فئات المجتمع، بدعوى

أنها تفهم أكثر من الآخرين، ومن ثم تفرض الرقابة على أفكار معينة، ويكون الهدف الحقيقي، من ذلك، هو الحفاظ على الأوضاع القائمة، التي تخدم مصالح هذه الفئة، وتبقى على سيطرتها على السلطة.

3. فرض الرقابة على الأفكار، التي تنتهك حرمة الآداب العامة، أو تخدش الحياء، أو الأخلاق العامة.

4. فرض الرقابة على الأخبار والصور والبيانات التي ترى السلطة أنها سرية، وأن إفشائها يضر بالأمن القومي، أو الصالح العام، والنظام الاجتماعي، من دون تحديد - من وجهة نظر البعض - للمقصود بهذه التعبيرات، أو حدودها.

أمَّا في الدول المتقدمة، خاصة في أوروبا، والولايات المتحدة، فثمة نوع آخر من الرقابة المعنوية لأداء وسائل الإعلام، في إطار فلسفة المسؤولية الاجتماعية، تتضمن بعض المؤسسات التي تراقب أداء وسائل الإعلام في المجتمع، بقدر من الحرية المسؤولة، مثل مجالس الصحافة، ومواثيق الشرف الإعلامية، وجمعيات واتحادات الصحف، التي تضم تجمعات المباشرين والمحررين، ونقاد الصحف، والمحكمين، والجمهور وجماعات الضغط.

وهناك نوع آخر من الرقابة، يرى بعض الباحثين، أنه آخر أشكال الرقابة الحالية لوسائل الإعلام العربية، وهو الرقابة الذاتية، التي يمارسها رؤساء التحرير، والصحفيون، والكتاب، من تلقاء أنفسهم، من دون الحاجة إلى رقيب رسمي.

ويقسمها بعض الباحثين إلى قسمين، يترتب عليهما، اختلاف في تعريف معنى هذه الرقابة ومصادرها:

القسم الأول: الرقابة الذاتية السلبية، التي تخضع للظروف الخارجية، كالضغوط الحكومية المباشرة، وغير المباشرة.

القسم الثاني: الرقابة الذاتية الإيجابية، التي تخضع لصياغات، والتزام، وضمير الصحفي، أو الكاتب.

تحدي الإرهاب والعنف

شهد عقد التسعينيات من القرن العشرين والقرن الحالي تصاعداً لأعمال العنف، والتطرف، والإرهاب، ضد أصحاب القلم والفكر من الصحفيين والكتاب، وأشارت الأرقام، التي أعلنها بعض خبراء والاتحادات الصحفية إلى أن عدد حالات الانتهاك التي تتعرض لها حرية الصحافة تزداد بشكل سنوي ، كما يقدر عدد الصحفيين والاعلاميين، الذين يلقون حتفهم سنوياً، بالمئات.

التحدي التكنولوجي

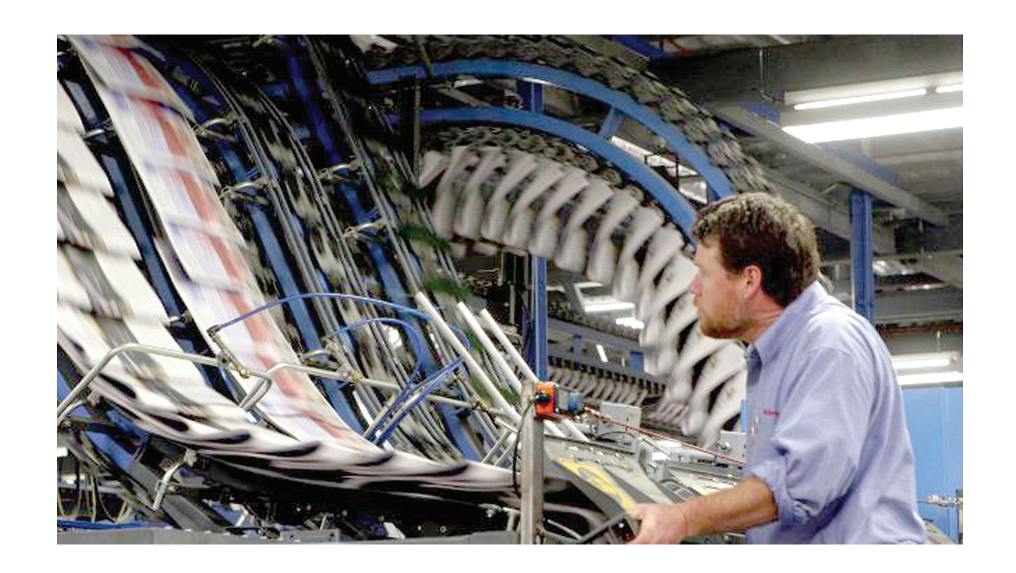
من أخطر التحديات، التي تواجه الصحفي الآن، ما تطرحه الثورة الراهنة، في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من مستحدثات ونتائج وآثار متوقعة، في مستقبل الصحافة كصناعة وكمهنة.

كما أن التطور، في تكنولوجيا البث التليفزيوني المباشر، سيكون له انعكاساته على الإعلام المكتوب والمقروء والمسموع، وله نتائج متوقع مثل:

1. سيطرة الإعلام المرئي، ولغة الصورة على عيون البشر وعقولهم، وخاصة بعد انتشار القنوات الفضائية، وأجهزة الاستقبال الأرضية، والهوائيات المتطورة، وأجهزة التليفزيون الحاملة لتقنيات الاستقبال.
2. تحكم الإعلام المرئي، الذي يُبث من الفضاء، في مبدأ حرية تداول المعلومات، والصور، والبرامج مع تآكل إمكانيات الرقابة السياسية والقانونية، من الدول المستقبلة للبث المباشر.
3. تآكل القيود السياسية والقانونية والأخلاقية التقليدية، التي تحكم وسائل الإعلام، في بعض الدول، وتعوق عملها وحركتها، وحركة وحرية العاملين فيها.
4. ستؤدي حرية تدفق الصور والمعلومات، القادمة عبر الفضاء، إلى سيطرة الإعلام المرئي على الوقت المخصص لقراءة واستهلاك الصحف، من القاعدة التقليدية للقراء. ومن ثم ستتأثر المهنة، ومكانتها، وموقع العاملين بها، لصالح العاملين بالإعلام المرئي والاعلام الاجتماعي، في القنوات الفضائية العربية والأجنبية.
5. استقطاب الإعلام المرئي لقطاعات واسعة، من المعلنين، يؤدي إلى تآكل قاعدة القراءة، خاصة في الدول، التي يتزايد فيها معدلات أمية القراءة والكتابة.

ولعل من أبرز آثار الثورة الراهنة، في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، هو ظاهرة تراجع وسائل الإعلام المطبوعة، وما تزامن معها من صعود للتلفزيون وشبكات الانترنت والاعلام الاجتماعي. ولعل بروز الصحافة الالكترونية والاعلام الالكتروني اصبح عنصراً جديدا يضاف إلى التحديات تواجه الصحفيين يوميا حيث اصبح تدفق المعلومات والصور اشبه بالخيال ومجاراتها اصبح معوق رئيسي امام الصحافة المطبوعة التي حولت مواقعها الالكترونية إلى صحف رقمية تبث الاخبار على مدار الساعة إلى جانب النسخة الورقية.

اصدار الصحف



خطوات اصدار الصحيفة

هناك العديد من الخطوات الهامة الواجب اتخاذها لإصدار صحيفة او مجلة ولإصدار صحيفة (جريدة أو مجلة) هناك مجموعتان من الخطوات :

أولا : الخطوات الاستراتيجية :

الخطوات الاستراتيجية هي التي تتخذ قبل اصدار الصحيفة ، وتترجم إلى مجموعة من خطوات علمية ذات التأثير طويل المدى على توجه الصحيفة وأدائها لعملها، فقبل الإصدار لابد من اتخاذ عدة خطوات، بحيث يشكل كل منها قرارا استراتيجيا سوف يؤثر في المستقبل على توجه الصحيفة، وسياستها، وتنظيمها وإدارتها، إضافة إلى شكل الصحيفة ومضمونها وأسلوب تحريرها وإخراجها: ومن هذه الخطوات :

1. تحديد رسالة الصحيفة وغايتها:

وفيها يتم تحديد رسالة الصحيفة وتحقيق الغايات والاهداف مستهدفة قطاعا جماهيريا محددا أو قطاعات عامة. المحددة مضمونا وتوزيعا وإعلانا خلال توقيتات معينة.

2. تحديد الجمهور:

وفيها يتم معرفة القارئ وتحديد احتياجاته ، وذلك من خلال دراسات ميدانية تجري على عينات من الجمهور المستهدف من الإصدار ، ويستعان هنا بتقنية بحوث الجمهور بأنماطها المختلفة.

3. دراسة الصحف المنافسة:

وذلك من خلال عملية تحليل مقارن لمحتوى وشكل الصحف المنافسة أو الصحف المشابهة للصحيفة التي يخطط لإصدارها.

4. اختيار اسم الصحيفة وشعارها:

اسم الصحيفة هو ملك قانوني لها، لا ينبغي أن يكون تكرارا لاسم آخر، وفي الوقت نفسه ينبغي أن يكون سهلا وبسيطا وواضحا ومعبرا عن غرض الصحيفة وهدفها بقدر الإمكان والاسم يكون ثابت أما الشعار متغير.

5. تحديد دورية الصدور:

قد تكون يومية أو أسبوعية أو أقل من الأسبوع بالنسبة للجرائد ، وأسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية بالنسبة للمجلات ، مع الأخذ في الاعتبار تباعد دورية صدور المجلة مع ميلها إلي التخصص .

6. الاستقرار على السياسة التحريرية:

وهي ترجمة لرسالة الصحيفة وأغراضها وهدفها من الصدور وتجيب عن سؤالين ماذا انشر وكيف انشر؟ كما أنها تتصل بشخصية الصحيفة وتوجهها التحريري، محافظة أو شعبية أو معتدلة.

7. وضع التصميم الأساسي للصحيفة:

وهو الشكل الثابت أو المظهر الذي يتسم بالثبات النسبي لمحتويات الصحيفة ويتضمن : القطع ، عدد الصفحات، شكل الصفحة الأولي، التبويب، نوع الورق، لونه، أحجام الحروف ونوعها ، نمط توظيف الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية.

8. اختيار النظام الإنتاجي للصحيفة:

بمعني الاستقرار علي نظام صف الحروف وتجهيز الصور والرسوم ، ونظم الإخراج هل ستكون يدوية أم تستعين بالحاسبات الإليكترونية في كل مراحل الإنتاج ، ونظم ما قبل الطبع أو تجهيز الألواح الطباعية، ثم نظام الطباعة، وهل سيتم إصدار نسخة إليكترونية من الصحيفة علي قاعدة بيانات أو شبكة معلومات، وتتوافر الآن أنظمة متكاملة لإصدار الصحف الاليكترونية تعتمد على الحاسبات الاليكترونية وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة .

9. اختيار الكادر البشري للصحيفة:

وهذا الكادر الصحفي ينبغي أن يغطي قطاعات الصحيفة الثلاث: القطاع التحريري ، القطاع الفني، القطاع الإداري ،وتبدأ تلك العملية باختيار رئيس التحرير وكبار معاونيه ، ثم اختيار أفراد الجهاز التحريري ، والإنتاجي ، والاقتصادي (المالي والإداري ، التوزيع ، الإعلان).

10. اختيار الشكل القانوني للإصدار

هل ستكون شركة مساهمة ، أم مشروع فردي ، أم ستصدر عن مؤسسة قائمة كإصدار جديد لها، أم عن هيئة أو جهة رسمية ، أو شعبية ، أو حزب سياسي.

11. الحصول على ترخيص قانوني للإصدار:

وذلك وفقا للنظام المتبع للإصدار من الناحية القانونية وفقاً لنظام كل بلدة وآلية الترخيص حيث بعض البلدان يصدر الترخيص من وزارة الاعلام والبعض الأخر يصدره من جانب رقابة الصحافيين وأخرون يحصلون الترخيص من قبل السلطات القضائية ومن الخارج.

12. وضع الميزانية التقديرية وحساب التكاليف وتتضمن:
• التكاليف الثابتة مثل المباني والمنشأت والتجهيزات وما تحتاجه مثل الكهرباء والاتصالات والسيارات.
• التكاليف المتغيرة والتجهيزات الإنتاجية كالورق والأحبار والألواح الطباعية والأفلام ، والأجور.
13. تدبير التمويل اللازم لإصدار الصحيفة:
من خلال رصد ميزانية ثابتة للصحيفة من التمويل المتاح، أو من خلال طرح اسهم المؤسسة الصحفية للاكتتاب العام، أو الحصول على قروض أو تسهيلات بنكية.
14. توفير المقر والتجهيزات التكنولوجية المختلفة للإصدار:
وهنا تختلف الصورة حسب الحجم المخطط والتمويل المتوافر ، فقد يكون للصحيفة مقر ثابت وتجهيزاتها التكنولوجية، وقد تعتمد على تجهيزات تكنولوجية خارجية في عملية الإنتاج
15. الاتصال بالمعلنين وحثهم على الإعلان في الصحيفة:
وهذه العملية ترتكز علي التقديم الجيد للصحيفة المقترحة وسياستها وتوجهها وشكلها ومضمونها المقترح مرفق به الأعداد التجريبية منها ، ويرتبط بها أيضا عمل حملة إعلانية عن الصحيفة الجديدة .
16. الاتصال بجهة التوزيع المقترحة:
التوزيع لاستشراف السوق المرتقب للصحيفة، وهذا عنصر مهم ينتج عنه تحديد الأعداد التي سيتم طباعتها من الصحيفة وفقا لاحتياجات السوق المتوقعة.
17. وضع خريطة تنظيمية للصحيفة :
وهي فكرة آلية عمل الجريدة تحدد خطوط السلطة والمسئوليات والعلاقات وخط سير النص الصحفي من المحرر إلى المطبعة.
18. الاتفاق مع المصادر الخارجية المعاونة:
وذلك لتزويد الصحيفة بالأخبار والموضوعات مثل وكالات الأنباء ووكالات الصور والرسوم ووكالات الخدمات الصحفية كوكالات الصور والرسوم والمقالات والمعلومات، وكذلك وكالات الإعلان والتسويق على الاستفادة من خدماتهم.
19. إعداد الخطط التسويقية :
هو التعريف عن الصحيفة وتشمل خطة (الحملة الاعلامية)، ويقصد به مضمون الجريدة وكذلك (الحملة الإعلانية) ويقصد به سبل الترويج للصحيفة عن الصحيفة وجدولتها، وتنفيذها، لتمهيد الرأي العام وتعريفه بالصحيفة الجديدة وأهدافها وتوجهها والجديد الذي سوف تحمله مقارنة بمنافسيها.
20. وضع الجدول الزمني للإصدار: أي العدد التجريبي الأول ويكون للمختصين والاستشاريين - ترتيب المهام والعمليات المختلفة التي تنتهي بإصدار العدد الأول.
21. إصدار الأعداد التجريبية:
(الأعداد الزيرو)، وتقييمها في أوساط المعلنين والخبراء والجمهور والصحفيين ، ومسئولي الإعلان والتوزيع .

22. تحديد موعد نهائي لصدور العدد الأول
23. إصدار العدد الأول من الصحيفة

ثانيا: الخطوات التنفيذية:

هي إجراءات وعمليات تتم بشكل دوري يومي أو أسبوعي حسب دورية إصدار الصحيفة.

ومن هذه الخطوات :

1. تقييم العدد الأول: ويتم تقييم العدد الأول بحضور كل من رئيس التحرير ورؤساء الاقسام.
2. التخطيط للعدد الأول: ويتم التحضير للعدد الأول والاعتماد على تفادي عيوب العدد الأول.
3. التغطية الصحفية ومتابعة الأحداث: ويتم ذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات عن طريق المراسلين والمندوبين أو عن طريق الانترنت الأوف لاين أو الأون لاين.
4. مراجعة البيانات والمعلومات بعد جمعها: بعد جمع البيانات والمعلومات يتم التأكد من صحتها ودقتها وتحيزها.
5. توفير الصور الصحفية: أي يجب على الصحفي أن يوثق الخبر بالصور الفوتوغرافية.
6. تجهيز الرسوم اليدوية: أي بالرسوم الكاريكاتورية نستطيع قراءة الخبر الصحفي ونستطيع الحصول على الصور الفريدة عن طريق قناصين الصور (صور المشاهير النادرة) ويطلق عليهم (Pauperized)
7. تحرير البيانات والمعلومات: وهو وضع المادة الإعلامي في قالب صحافي.

اصدار الصحف في القانون البحريني

وفي القانون البحريني نظم عملية اصدار الصحف والمجلات وتأسيسها حسب قانون الصحافة والطباعة والنشر (البحرين) مرسوم بقانون رقم 47 لسنة 2002م، وحسب الباب الثالث المخصص لتنظيم الصحافة في القانون ينص على ما يلي :

الفصل الثالث: إصدار الصحف

مادة (44)

لا يجوز إصدار صحيفة إلا بعد الترخيص في إصدارها من الوزير وبعد موافقة مجلس الوزراء.

مادة (45)

لكل شركة يمتلكها بحرينيون – لا يقل عددهم عن خمسة شركاء - الحق في إصدار صحيفة، وتسري على تأسيس هذه الشركة أحكام قانون الشركات التجارية.

مادة (46)

يقدم طلب الترخيص بإصدار صحيفة إلى الإدارة على النموذج المعد لذلك مرفقاً به نسخة معتمدة من عقد تأسيس الشركة ونظامها الأساسي ومشتملاً على البيانات التالية:

أ ـ رأسمال الشركة المدفوع ورقم قيدها في السجل التجاري واسم الممثل القانوني لها ولقبه وجنسيته ومحل إقامته.

ب ـ إسم رئيس التحرير أو المحرر المسئول ـ إن وجد ـ ولقبه وسنه وجنسيته ومحل إقامته ومؤهلاته.

ج ـ إسم الصحيفة واللغة التي تصدر بها ومواعيد إصدارها وعنوانها.

د ـ بيان ما إذا كانت الصحيفة سياسية أو غير سياسية.

هـ ـ إسم المطبعة التي ستطبع فيها الصحيفة إن وجدت.

و ـ مصادر التمويل.

ويجب أن يوقع على الطلب الممثل القانوني للشركة، ورئيس التحرير، ويعطى إيصالا عن هذا الطلب.

مادة (47)

مع مراعاة أحكام قانون الشركات التجارية، يجب على المرخص له في بإصدار الصحيفة أن يمسك سجلات منتظمة تبين بها حسابات الصحيفة ومصادر إيراداتها وبيان نفقاتها مع المستندات المؤيدة لها.

ويصدر قرار من الوزير بنظام هذه السجلات وكيفية الرقابة عليها.

مادة (48)

يجب أن يكون لكل صحيفة رئيس تحرير مسئول يشرف إشرافا فعليا على كل محتوياتها، ويمكن أن يكون للصحيفة إلى جانب رئيس التحرير، محررون مسئولون يشرف كل واحد منهم إشرافا فعليا على قسم معين من أقسامها.

ويجوز أن يكون الممثل القانوني للمرخص له أو أحد الشركاء فيه رئيساً للتحرير أو محرراً مسئولا إذا توافرت فيه الشروط المنصوص عليها في هذا القانون.

مادة (49)

مع مراعاة أن يكون رئيس التحرير بحريني الجنسية، يشترط في كل من رئيس التحرير أو المحرر المسئول ما يلي:

أ ـ أن يكون حاصلا على شهادة جامعية ولديه خبرة عملية مناسبة.

ب ـ ألا تقل سنه عن ثلاثين سنة ميلادية.

ج ـ أن يكون محمود السيرة حسن السمعة، ولم يسبق الحكم عليه في جناية أو جنحة مخلة بالشرف أو الأمانة، ما لم يكن قد رد إليه اعتباره.

د ـ ألا يشغل أي منصب عام سواء بالتعيين أو بالانتخاب.

هـ ـ أن يجيد لغة الصحيفة التي يعمل بها قراءة وكتابة.

مادة (50)

يجب ألا يقل رأس المال المدفوع للشركة التي ترغب في إصدار صحيفة عن مليون دينار بحريني إن كانت الصحيفة يومية وعن مائتين وخمسين ألف دينار بحريني بالنسبة للصحيفة غير اليومية.

وبالنسبة للصحف المتخصصة، يجب أن لا يقل رأس المال المدفوع عن خمسين ألف دينار بحريني.

مادة (51)

يتم البت في طلب الترخيص خلال ستين يوماً من تاريخ تقديمه مستوفياً ويعتبر انقضاء هذه المدة دون البت في الطلب رفضاً ضمنياً.

ويجب أن يكون قرار الرفض مسبباً، ولصاحب الشأن الطعن في قرار الرفض أمام المحكمة الكبرى المدنية خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إخطاره بقرار الرفض أو من تاريخ اعتبار طلبه مرفوضاً.

مادة (52)

يجب على المرخص له في إصدار صحيفة أن يودع خزينة الوزارة خلال ثلاثة أشهر من تاريخ الموافقة على الترخيص ضماناً نقدياً أو مصرفياً لا يقل عن 10% من رأس المال المدفوع، وذلك تأميناً لما قد يحكم به من الغرامات والمصاريف على المرخص له أو على رئيس التحرير أو المحرر المسئول – إن وجد ـ أو الصحفي.

وفي حالة عدم إيداع الضمان خلال المدة المقررة أو في حالة نقصه، يجب إيداعه أو إكماله خلال

ثلاثين يوماً من تاريخ إخطار المرخص له بذلك بكتاب مسجل بعلم الوصول، وإلا أوقف الترخيص.
ويسترد المرخص له في حالة توقفه نهائيا أو إلغاء ترخيصه الضمان المنصوص عليه في الفقرة السابقة أو ما تبقى منه وذلك بعد إنقضاء شهر من تاريخ التوقف أو إلغاء الترخيص.

مادة (53)

يجوز للمرخص له بإصدار صحيفة التنازل عن الترخيص لغيره بعد موافقة الوزير على أن يكون المتنازل له مستوفياً للشروط المقررة للحصول على الترخيص ابتداءً، وله في هذه الحالة أن يسترد مبلغ الضمان الذي أداه أو ما تبقى منه.
ويحل المالك الجديد محل المالك السابق في كل ما نص عليه في هذا القانون بمجرد صدور الموافقة المشار إليها.
كما تخطر الوزارة بكل تغيير في شخص رئيس التحرير أو المحرر المسئول - إن وجد - أو في مواعيد إصدار الصحيفة أو تغيير صفتها.

مادة (54)

يجب أن يبين في مكان ظاهر من كل صحيفة إسم المرخص له مالك الصحيفة ورئيس تحريرها أو المحرر المسئول - إن وجد - والقسم الذي يشرف عليه وإسم المطبعة التي تطبع فيها إذا لم تكن لها مطبعة خاصة.

مادة (55)

يجب على رئيس تحرير الصحيفة أو المحرر المسئول - إن وجد - التقيد بأن يكون التوقيع على ما ينشر بها من مقالات أو رسومات بالإسم الحقيقي لكاتب المقال أو راسم الصور، على أنه يجوز التوقيع بإسم رمزي أو مستعار بشرط أن يقوم رئيس تحرير الصحيفة أو المحرر المسئول - إن وجد - بإبلاغ الإدارة بالإسم الحقيقي لصاحب التوقيع الرمزي أو المستعار، إذا طلب منه ذلك.

مادة (56)

يجوز إصدار ملحق للصحيفة في ذات اليوم الذي يصدر فيه العدد الملحق به.
ويشترط في الملحق أن يحمل ذات الإسم والبيانات، كما يخضع لما تخضع له الصحيفة، وأن يباع مع الصحيفة دون زيادة في الثمن.

مادة (57)

يجب أن تسلم إلى الإدارة ثلاث نسخ من الصحيفة أو ملحقها فور تداولها.

مادة (58)

يجوز، بترخيص من الوزير بالاتفاق مع وزير الخارجية، للبعثات الدبلوماسية والقنصليات الأجنبية المعتمدة لدى مملكة البحرين إصدار مطبوعات دورية وتوزيعها على أساس المعاملة بالمثل، كما يجوز

ذلك للمنظمات الدولية أو فروعها العاملة في المملكة.

ويشترط إيداع خمس نسخ من كل مطبوع لدى الوزارة ومثلها لدى وزارة الخارجية قبل توزيعه.

وللوزير، بالاتفاق مع وزير الخارجية، إلغاء الترخيص عند مخالفة الفقرة السابقة أو إذا نشرت ما يعد تدخلا في شئون المملكة الداخلية أو نقداً لنظمها السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو نشرت ما يحظر نشره طبقاً لأحكام هذا القانون.

مادة (59)

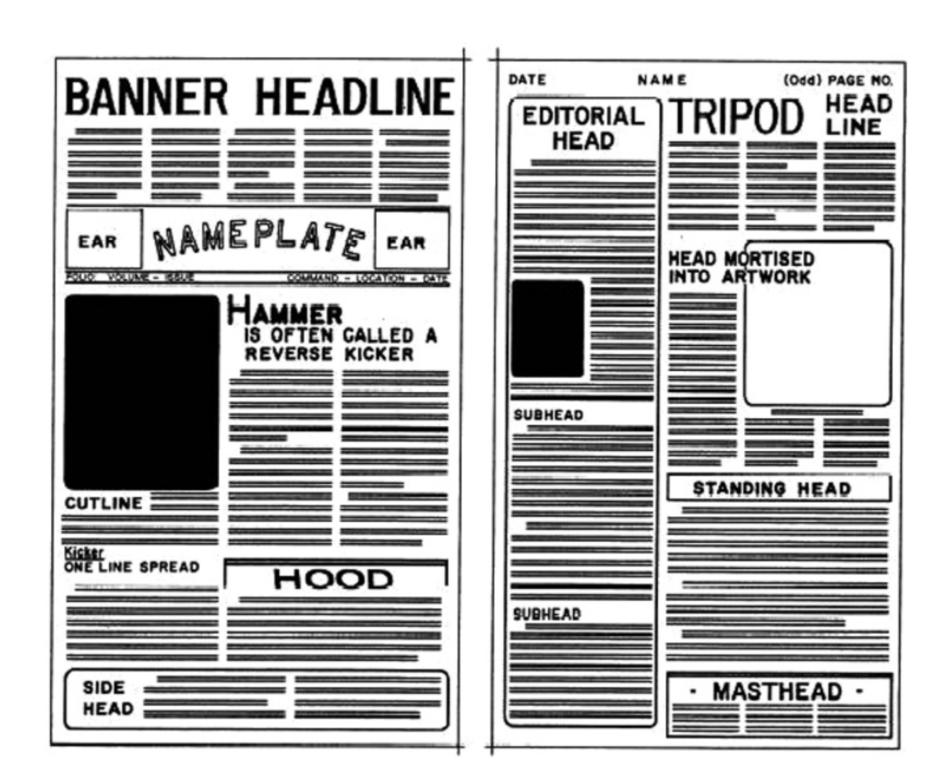
يلغى ترخيص الصحيفة في الحالات الآتية:

أ) إذا طلب المرخص له إلغاءه، أو إذا فقد شرطاً من شروطه.

ب) إذا لم تصدر الصحيفة اليومية أو غير اليومية أو توقفت عن الصدور بغير عذر تقبله الوزارة لمدة ستة أشهر، ولمدة سنة فيما عدا ذلك.

ج) إذا تم تصفية الشخص الاعتباري المرخص له أو قضي بإشهار إفلاسه، أو إذا زالت صفته القانونية لأي سبب من الأسباب.

الإخراج الصحفي



مدارس الاخراج الصحفي

مر إخراج الصفحات بمراحل تاريخية عدة ارتبطت بمسيرة الصحافة عبر تاريخها الطويل، وتأثرت بالاتجاهات الفنية السائدة، وبالإمكانات التقنية المتاحة، وظهرت تبعًا لذلك ثلاث مدارس إخراجية تضم العديد من المذاهب المميزة لها، والمعبرة عن الخصائص التي تنفرد بها كل مدرسة من المدارس الثلاثة وهي:

أولاً: المدرسة التقليدية (الكلاسيكية):

- هي أقدم مدارس الإخراج الصحفي ظهورًا من الناحية التاريخية، وقد جاء ظهورها مواكبًا للمعرفة الأولى بالصحافة في العالم، وما اتسمت به هذه المرحلة من قلة الوعي المهني والجمالي لدى العاملين في هذا المجال.

- عمدت هذه المدرسة - وفقًا لتصورات منظريه - إلى محاكاة الطبيعة من خلال العمل على إخراج الصفحات على نحو متوازن باستخدام العناصر الطباعية المتماثلة في بناء الوحدات المنشورة في المواقع المتقابلة لتبدو الصفحة متوازنة من ناحيتي الأشكال والأثقال، انطلاقًا من أن الطبيعة تبدو

متوازنة في مكوناتها، فعلى سبيل المثال يتكون جسم الإنسان من نصفين متماثلين.

ـ تعتبر فيه الصفحة وحدة واحدة، ويؤمن أنصارها بالتوازن الشكلي الدقيق حول محور ارتكاز متوسط بالصفحة.

للمدرسة التقليدية أسلوبان:

1ـ أسلوب التوازن الشكلي التام أو الدقيق:

ـ يقوم على تماثل العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات المتماثلة في المواقع والأحجام على جانبي الصفحة، حيث تنقسم فيه الصفحة لنصفين متماثلين.

من عيوبه:

ـ يتسم بالرتابة والملل، والجمود ، كما يقيد حرية المخرج الصحفي.

ـ يتنافى مع القيم الإخبارية وإمكانية التمييز بين موضوع وآخر حسب الأهمية.

ـ الاضطرار خلاله إلى الحذف من الموضوع أو تطويله.

ـ يفسد الإخراج بترحيل البواقي والتي قد تؤدي إلى بتر الموضوع.

ـ غير مناسب للوحدات القصيرة.

ـ يتسبب في حدوث عيوب طباعية مثل تجاور العناوين.

2ـ أسلوب التوازن الشكلي التقريبي:

يقوم على توازن تقريبي غير تام بتوزيع الأثقال مما يتيح للمخرج أن يعبر عن أهمية الموضوع ويمتاز بشكل فني جميل جذاب عبر أساليب عدة، منها:

أ. التوازن بالتعويض: من خلال تعويض الأثقال الناجمة عن استخدام بعض العناصر الطباعية بأثقال أخرى دون الالتزام بالعناصر نفسها.

ب ـ التوازن في قسم من الصفحة.

ج ـ تحقيق التوازن عبر مختلف أجزاء الصفحة من خلال إيجاد أكثر من محور ارتكاز.

ومن مميزات أسلوب التوازن الشكلي التقريبي:

ـ إعطاء الأهمية النسبية لكل موضوع.

ـ امتداد العنوان على أكثر من نصف عرض الصفحة.

ـ عدم الحاجة إلى الحذف من الموضوع أو إطالته.

ـ يساهم في إعطاء شكل فني جميل وجذاب وسهل القراءة.

ثانيًا: المدرسة المعتدلة:

ظهرت في أعقاب الحرب العالمية الثانية تبعًا لترسخ المفاهيم الوظيفية في كثير من الفنون والصناعات التي عرفت تطورات مختلفة في تلك الفترة، وهدفت إلى تحقيق الأداء الوظيفي في الإخراج الصحفي، لتمثل خطوة مهمة في سبيل القضاء على قيود فكرة التوازن الشكلي الدقيق بين أجزاء الصفحة التي أرستها المدرسة التقليدية وتقوم على قاعدة التحرر من التوازن الشكلي.

ومن أهم أساليب هذه المدرسة ما يلي:

1. أسلوب التوازن اللاشكلي:

يعتمد على نظرية أرشميدس في توازن الرافعة، القاضية بإمكان توازن الأثقال بالنظر إلى مدى قربها أو بعدها عن محور الارتكاز، فوفقًا لهذه النظرية يمكن أن يعادل ثقل كبير قريب من محور الارتكاز ثقلاً أصغر منه يقع أبعد عن محور الارتكاز.

وبذلك يمكن أن يتوازن عنصران على الصفحة مع اختلافهما في الحجم إذا كان أكبرهما أقرب إلى نقطة الارتكاز بينهما.

من مزايا هذا الأسلوب:

- يسهل مهمة المخرج في تحقيق التوازن الرأسي أو الأفقي بين أجزاء الصفحة.
- يتيح المزيد من الحركة والتجديد.
- يمنع تجاور الوحدات أو الأثقال المتماثلة، ولذلك يسمى أحيانًا «مذهب التوازن مع التباين».

2. أسلوب التربيع:

يقوم على تقسيم الصفحة إلى أربعة أقسام متساوية، قسمين علويين وآخرين سفليين، ومن ثمَّ التعامل مع كل قسم بصفته جزءًا مستقلاً من الصفحة، بحيث يعمل على إبراز وحدة طباعية معينة في هذا القسم، ثمَّ توزع بقية الوحدات الأخرى إلى جوارها.

ومن مزايا هذا الأسلوب أنه يشيع الحركة في جوانب الصفحة وييسر قراءتها مطوية، إلا أنه يستلزم دمجه مع غيره من المذاهب للقضاء على القيود الشكلية الخاصة به ومن أهمها اضطرار المخرج لاستخدام العناصر التيبوغرافية الثقيلة في المواقع المتقابلة لتثبيت أركان الصفحة.

3. الأسلوب التركيزي:

تستأثر فيه وحدة طباعية ذات أهمية نسبية باهتمام المخرج، ومن ثم تحتل أهم مواقع في الصفحة وهي: أعلى اليمين في الصحف العربية، وأعلى اليسار في الصحف الغربية، إضافة إلى استخدام العناصر الطباعية الثقيلة في بنائها على أن تبنى الوحدات الأخرى بعناصر تبدو أقل ثقلاً حتى لا تنافسها في جذب انتباه القراء.

كما يراعى فيه الحرص على عدم إضعاف الوحدات الأخرى مع محاولة إحياء الجزء السفلي بمزجه مع غيره من الأساليب لتحقيق التوازن الحسي غير الشكلي، ومن مزايا هذا الأسلوب أنه يستخدم للابتعاد عن تنازع الوحدات المنشورة لمنع بلبلة القارئ.

ثالثًا: المدرسة المحدثة:

هي مدرسة حاولت أن تنفك من القيود الطباعية في مجالي البناء والتصميم بالإخراج الصحفي، ونشأت نتيجة تزايد الوعي بأهمية الإخراج الصحفي ودوره في الصحافة، خاصة من حيث تحقيق الوظيفة الأساسية للإخراج المتمثلة في إبراز الموضوعات وفق أهميتها النسبية.

ومن أساليب هذه المدرسة:

1. أسلوب التجديد الوظيفي:

- هو أسلوب يعنى تحقيق الدور الوظيفي للإخراج الصحفي عكس الدور الجمالي سابقاً.
- وفقاً له يجب أن يعمل الإخراج الصحفي على إبراز الموضوعات وفقاً لأهميتها النسبية من خلال نشر الوحدة الرئيسية أعلى الصفحة في الجزء الذي اعتادت العين أن تبدأ القراءة منه مع إمكانية أن تنشر بعرض الصفحة كلها سواء أعلى الرأس أو فوقه، بالإضافة إلى استخدام الصور بأحجام كبيرة.
- يعنى بإحياء النصف السفلي من الصفحة بنشر وحدات مصورة أو ذات عناوين ممتدة، أو الإعلانات.
- يحقق هذا الأسلوب المزاوجة بين العرض الأفقي والرأسي للوحدات المنشورة، ويقتضي العمل به إضفاء بعض اللمسات الجمالية.

مزايا هذا الأسلوب:

- إبراز الأهمية النسبية للموضوعات.
- المرونة الكبيرة وسهولة الجمع والتوضيب خاصة مع الأخبار المتأخرة.
- إضفاء حيوية كبيرة على الصفحة من خلال الصور الكبيرة والعناوين الممتدة.
- المزج بين البنائين الأفقي والرأسي في بناء وحدات الصفحة.
- التقليل من الأخطاء الإخراجية الطباعية مثل: تجاور العناوين وكثرة المساحات الرمادية الناتجة عن طول المتون.
- وضع الموضوعات المتجانسة تحت عنوان واحد مما ييسر القراءة ويسمح بعرض وجهات النظر المختلفة حول نفس الموضوع في نفس المكان.
- يساعد في إحياء النصف السفلي من الصفحة.

2. أسلوب الإخراج الأفقي:

- يراعي المسرى الطبيعي لحركة العين أفقياً، ويرى أنها الأساس الذي ينبغي أن تخرج الصفحات على ضوئه، حيث يقوم هذا المذهب على أساس أن المسرى الطبيعي لحركة العين أثناء قراءة الصفحة، يتم بشكل أفقي أولاً ثم رأسي ثانيًا.
- يقوم على العناوين العريضة والممتدة مع دمج الأعمدة، والصور ذات القطاعات الأفقية، مع بعض التباين باستخدام وحدات رأسية قليلة.
- يراعي ضرورة البناء المتداخل للوحدات حتى لا تتحول الصفحة إلى قطاعات مفككة.

مزايا هذا الأسلوب:

- مراعاة المسرى الطبيعي لحركة العين.
- تسهيل عملية القراءة.

- إمكانية قراءة الصحيفة مطوية.
- إغراء القراء بمواصلة القراءة حيث تبدو الوحدات الأفقية أقصر من الرأسية التي تساويها في المساحة.
- دمج الأعمدة يسهم في زيادة المساحة المتاحة وبالتالي تقليل ترحيل البواقي، ويضفي شكلاً جذاباً.
- له القدرة على الامتزاج مع غيره من المذاهب بدرجة كبيرة لا تفقده تميزه.

3- أسلوب الإخراج المختلط:

- هو أكثر أساليب هذه المدرسة تحرراً، وأكثرها محاولة للقضاء على القيود الطباعية.
- ينظر المخرج إلى كل وحدة طباعية بصفتها جزءاً مستقلاً يمكن أن يعرض على حدة، ولذلك يعمل على إبراز كل وحدة وفقًا لهذا التصور.
- يستخدم هذا الأسلوب العناصر الطباعية الثقيلة مثل العناوين العريضة والممتدة والصور ذات القطع غير المألوف والألوان وبالذات الحمراء.
- هو أسلوب عرف قديماً في الصحافة الصفراء في نهاية القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة الأمريكية مرتبطاً بالطابع المثير، إلا أنه ظهر حديثاً وفقاً لأسس مهنية معينة تستهدف القضاء على القيود الطباعية.
- ينتشر هذا الأسلوب في الصحافة الشعبية والصفراء، وقد سمي بأسلوب السيرك لأنه يستخدم وسائل إبراز متعددة وألوان تخاطب الغريزة، ولذا أخذ عليه البعض تسببه بتشتيت ذهن القارئ بين مجموعة العناوين المتساوية وإحساس القارئ بالحيرة والإرهاق وهو يحاول التعرف على مضمون الصحيفة والتمييز بين محتوياتها.

مزايا هذا الأسلوب في نظر مؤيديه:
- يساهم إضفاء الحيوية على الصفحة وإغراء القارئ بالاطلاع على كل الوحدات المنشورة.
- يتميز بتحرره من القيود الشكلية أو الطباعية.
- يساهم في تقديم أكبر قدر ممكن من الأخبار في الصفحة الأولى.
- يعمل على تحقيق التوازن باستخدام الوحدات الثقيلة، والتباين نتيجة تنوع الأثقال الطباعية في أرجاء الصفحة.

سلبيات هذا الأسلوب في نظر منتقديه:
- صارخ مثير يبعد الوقار والهدوء عن الصفحة الأولى.
- لا يهتم بالقيمة النسبية للموضوعات.
- تنازع الوحدات المنشورة على الاستئثار باهتمام القارئ.
- الوحدات الثقيلة كثيرة وتزحم الصفحة وتصعب من قراءتها.
- يتطلب ترحيل البواقي للصفحات الداخلية.
- يرفض هذا الأسلوب بشكل تام الأسس الفنية الخاصة بقواعد الإخراج الصحفي.

الاتجاهات التجديدية الحديثة في إخراج الصفحة الأولى

شهد إخراج الصفحة الأولى في الصحافة المعاصرة العديد من التطورات تبعًا لتأثير عوامل تطور الإخراج الصحفي، وبالاستفادة من نتائج الدراسة العملية التي أجريت في هذا المجال، وقد تبلورت التطورات في شكل ظهور اتجاهات حديثة في مجال إعداد الأشكال والتصاميم الأساس للصفحات وفقًا لما يلي:

1. استحداث صفحة أولى بديلة:

يتم في هذا الاتجاه العمل على أن تكون للصحيفة صفحتان أوليتان رئيسة وبديلة، ولهذا الاتجاه أربع حالات هي:

أ ـ تخصيص الصفحة الأولى لوحدة طباعية هامة جداً ومميزة:

تتناول هذه الوحدة موضوعاً له أهمية خاصة، مثل تقرير إخباري حول قرارات مهمة تهم قطاعات كبيرة من الجمهور، أو خطاب ملكي أو رئاسي مهم جداً، أو حدث خطير أو مصيري، حيث تفرد الصفحة الأولى لموضوع معين له أهمية نسبية، بحيث يتكون الشكل الأساس للصفحة إلى جانب الوحدات الثابتة فيها من وحدة طباعية واحدة غير ثابتة، تتناول هذا الموضوع على أن تتكون هذه الوحدة من عناصر طباعية عدة، مع إمكانية الاكتفاء بهذه الصفحة لعرض كامل محتويات هذه الوحدة، أو استحداث صفحة داخلية لنشر متن الوحدة كاملاً، حيث تلجأ بعض الصحف لشغل الصفحة الأولى ببعض العناوين والصور الخاصة بهذه الوحدة التي أفردت لها الصفحة.

وتعمل الصحف على استحداث صفحة أولى بديلة (غالبًا تكون الصفحة الثالثة)، لتنشر فيها الوحدات المتعلقة بالأحداث الأخرى على أن تتضمن هذه الصفحة العناصر الطباعية الثابتة في الصفحة الأولى الرئيسة مثل رأس الصفحة أو اللافتة سواءً بشكل كامل أو مصغر، وهذه الحالة غالبًا مؤقتة.

ب ـ تخصيص الصفحة الأولى للأخبار العالمية الهامة:

يتم في هذه الحالة تخصيص الصفحة الأولى الرئيسة للأخبار العالمية الهامة إضافة إلى أهم الأخبار المحلية، على أن تفرد الصفحة الأولى البديلة وهي غالباً الثالثة لأهم الأخبار المحلية كما في جريدة عكاظ السعودية، وتستخدم بعض الصحف لهذه الصفحة لنشر الوحدات المتعلقة بالأحداث الدولية والمحلية الأقل أهمية على السواء.

وتكون الصفحة البديلة كالأولى من حيث العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة سواءً بشكل كامل أو مصغر، وهذه الحالة دائمة.

ج ـ تخصيص الصفحة الأولى للأخبار الجادة المهمة:

في هذه الحالة تخصص الصفحة الأولى للموضوعات الجادة السياسية والاقتصادية مع نشر بعض الموضوعات غير الجادة في حالات قليلة تبعاً لأهميتها، على أن تنشر الأخبار الطريفة والخفيفة وأخبار الاكتشافات ومقالات الرأي في الصفحة الأولى البديلة والتي غالباً ما تكون الأخيرة، مثل: جريدة الشرق الاوسط.

وفي هذه الحالة أيضاً يتم تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة.

د ـ تصميم الصفحة الأولى على شكل غلاف مجلة (أسلوب الملصق):

يكثر هذا الاتجاه في الصحف الأسبوعية والصحف النصفية والملاحق والأعداد الأسبوعية من الصحف اليومية كما في صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية المصرية.

ولا يستخدم هذا الأسلوب كثيراً في الصحف اليومية لصعوبته وعدم تناسبه مع العمل اليومي في الصحافة اليومية، حيث تصمم الصفحة الأولى الرئيسية بشكل مشابه لأغلفة المجلات من خلال تركيز أهم الموضوعات السياسية والاقتصادية والرياضية والمحلية في وحدات إخبارية قصيرة ونشر التفاصيل داخل العدد، أو نشر وحدات إشارة لأهم الموضوعات داخل العدد، مع إيثار موضوع معين بأهمية خاصة من خلال الصور الكبيرة والعناوين والألوان والتأثيرات والمعالجات الطباعية الخاصة.

ورغم تصميم بعض الصحف الصفحات الأولى من أعدادها الأسبوعية على شكل أغلفة إلا أنها تلجأ لتصميم صفحة أولى بديلة عن الصفحة الأولى الرئيسة التي اعتبرتها بمثابة الغلاف، وذلك لاستيعاب الوحدات الخاصة بأهم الأحداث المستجدة، وتستخدم الصحف النصفية هذا الأسلوب نظرًا لمحدودية مساحة صفحاتها.

وفي هذه الحالة تخصص الصفحة الثالثة غالباً كصفحة بديلة، ويتم أيضاً تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة أو مؤقتة حسب الصحيفة.

2ـ العمل بنظام المركز البصري لجذب القراء للوحدة الرئيسية:

كانت التصاميم التقليدية للصفحات تقوم على أساس وضع الوحدة الرئيسة في الصفحة في الركن العلوي الذي تبدأ منه القراءة على اختلاف هذا الركن بين اليمين واليسار تبعًا لاختلاف اللغة، مع وضع الوحدة الأقل أهمية في الركن الآخر، وهكذا حتى الانتهاء من توزيع بقية الوحدات عبر الصفحة.

إلا أن الدراسات الحديثة أحدثت تحولاً كبيرًا في هذا المجال حيث أوضحت أنه يجب العمل على إيجاد مركز بصري قادر على جذب انتباه القراء ووضع الوحدة الرئيسية فيه، بدلاً من وضعها في الموقع المعتاد الذي يبدو ثابتاً بما يكسب الصفحة طابعاً رتيباً مملاً، وأشارت تلك الدراسات إلى أن هذا المركز البصري يقود سلوك القراء البصري نحو الوحدات الأقل أهمية بالإضافة إلى جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالوحدة الرئيسة.

وأثبتت تلك الدراسات أن القراء لا يتجهون مباشرة للوحدات المنشورة في الجزء العلوي من الصفحة، وإنما يتحدد اتجاه بصرهم للوحدات على ضوء قدرتها على جذب انتباههم دون الارتباط بمواقعها من خلال استخدام الوحدات الطباعية التي لها القدرة على ذلك مثل: الصور والحروف وأشكالها المتعددة، والألوان، والمساحة المتاحة للوحدة الطباعية، والتأثيرات الطباعية المختلفة.

ويجب التنبه إلى ضرورة أن يتم إبراز مركز بصري واحد في الصفحة، لأن وجود أكثر من مركز

واحد في الصفحة يؤدي إلى تنازع هذه المراكز على اهتمام القارئ مما يربكه ويشتت انتباهه، كما يجب أن يكون هناك نوع من التباين بين العناصر الطباعية المكونة لوحدة المركز البصري، مع محاولة تجنب فصل هذه الوحدة عن غيرها من الوحدات خوفاً من أن يؤدي ذلك إلى تعامل القراء معها على أساس أنها وحدة مستقلة غير ذات صلة ببقية الوحدات مما يقلل من دوره في قيادة القراء إلى بقية الموضوعات.

3. البناء الأفقي للوحدات المنشورة والبناء الرأسي للوحدات القصيرة:

وذلك لقدرة هذا البناء على إبراز الوحدات المنشورة والتماشي مع مسرى حركة العين وتقليل الوقت المطلوب لقراءة الوحدة المنشورة، وقد عرفت الاتجاهات الأفقية بفعل تأثيرات التحرير الصحفي المرتبط باهتمامات القراء وبالذات بعد وقوع الحرب الأهلية الأمريكية عام 1864، بالإضافة إلى ظهور الصحافة الصفراء واستخدام العناوين العريضة والممتدة والسماوية، ولاقت هذه الاتجاهات شيوعًا كبيرًا في الصحافة المعاصرة.

ويتم ذلك بامتداد العنوان على أكثر من عمودين، وحركة الوحدات الطباعية بالاتجاه الأفقي ودمج الأعمدة أفقياً، وبالإضافة إلى ذلك يمكن نشر بعض الوحدات رأسياً خصوصاً الوحدات القصيرة والتي يتناسب معها هذا البناء، وهذا يتوافق مع ما توصلت إليه الدراسات الحديثة من أن البناء الرأسي للوحدات يتناسب مع بعض الوحدات الخاصة بموضوعات معينة، مثل الإشارات الخاصة بمحتويات الأعداد والعرض الموجز لنتائج المباريات الرياضية، مع تأكيد تلك الدراسات على أن تبدو الوحدات المبنية بشكل رأسي قصيرة.

ومن مزايا هذا الاتجاه:

أ. تحقيق التباين بين الوحدات الأفقية والرأسية القصيرة، وبينها وبين شكل الصفحة الرأسي.

ب - إحياء النصف السفلي من الصفحة باستخدام العناوين الممتدة.

ج - إتاحة قراءة الصحيفة مطوية.

د - إتاحة نشر الموضوعات كاملة دون الاعتماد على ترحيل بقاياها إلى الصفحات الداخلية.

هـ - مراعاة المسرى الطبيعي لحركة العين، وبالتالي تيسير عملية القراءة.

و. توفير قدر مناسب من المساحات البيضاء المطلوبة لإنارة الصفحة.

4. بناء الوحدات وفقاً لنظام الكتل المتماسكة أو الوحدات المتعامدة:

وهو الطريقة التي تقوم على أساس بناء الوحدات وفقًا لأشكال هندسية منتظمة ومستقلة عن غيرها من الوحدات، حيث أثبتت الدراسات تفضيل القارئ لهذه الطريقة ولاسيما في الصحف ذات الأعمدة الستة.

ومن مزايا هذا الاتجاه في بناء وحدات الصفحة:

أ. تسهيل حركة أعين القراء عبر الصفحة تبعاً لمعرفتهم ببداية ونهاية الوحدات المنشورة، وذلك بالاستفادة من البناء الأفقي المستقل لكل وحدة.

ب - البعد عن تداخل الوحدات مع بعضها البعض وهو ما كان يؤدي لتشتت القارئ.

ج ـ حفظ وقت القارئ، نتيجة للتنظيم الجيد الناتج عن العمل وفقًا لهذه الطريقة.

د ـ تسريع عمليات الإنتاج والتصميم على الحاسب الآلي وذلك في إطار البناء السريع للوحدات، وكذلك في حالة استبدال وحدة منشورة بأخرى.

ذ ـ إيجاد نوع من التوازن عبر الصفحة وكسر حدة الرمادية الناتجة عن كثرة المناطق السوداء بسبب طول المتون الخاصة بالوحدات المختلفة.

هـ ـ إيجاد قدر من التباين بين الوحدات المختلفة من خلال التنويع في العناصر الطباعية ووسائل الإبراز، والاتساعات التي تصف بها الوحدات.

5ـ الاعتماد على الإرشادات والفهارس والإشارات بدلاً من ترحيل البقايا:

أشارت الدراسات الحديثة إلى أن ما بين 60-90% من القراء لا يواصلون قراءة بقايا متون وحدات الصفحة الأولى المنشورة في الصفحات الداخلية إلا إذا كانت في غاية الأهمية بالنسبة لهم، وإن قرءوها فقد لا يعودون لمواصلة الاطلاع على بقية وحدات الصفحة الأولى، حيث من الممكن أن تجذب انتباههم بعض الوحدات المنشورة في الصفحات الداخلية، بالإضافة إلى صعوبة التنقل بين الصفحة الأولى وصفحة التتمات مرات عدة في ظل القراءة المتأنية.

ولذلك يمكن استخدام وحدات الإشارة أو الفهارس، وهي الوحدات الطباعية الهادفة إلى الإشارة إلى تضمن عدد الجريدة في صفحاته الداخلية الموضوعات الجديرة بالمطالعة والاهتمام من قبل القراء، والتي قد تكون دائمة أو حسب المناسبة.

وتنقسم الإشارات والفهارس إلى أنواع عدة هي:

أ. القائمة البسيطة: التي تقوم على أساس تقديم عناوين بعض الموضوعات (داخل إطار) مقرونة بأرقام الصفحات الداخلية المنشورة فيها.

ب ـ القائمة المصورة: وهي قائمة لعدد من أهم الموضوعات داخل العدد مرفقة بصور تعبر عن الموضوع ورقم الصفحة.

ج ـ الملخص القصير: ويتم فيه تقديم عرض مختصر عن أهم الموضوعات المنشورة في الصفحات الداخلية مقرونة بأرقام الصفحات الداخلية المنشورة فيها دون الاكتفاء بعناوين هذه الموضوعات فقط.

د ـ الإشارات: تقوم على أساس نشر بعض العناوين الكبيرة الخاصة بموضوعات معينة ذات أهمية خاصة منشورة في الصفحات الداخلية مع نشر أسماء وأرقام الصفحات الخاصة بهذه الموضوعات.

هـ ـ العناوين السماوية: وهي عناوين تعلو اللافتة وتنشر بعرض الصفحة الأولى مع رقم الصفحة.

6ـ التقليل من الإعلانات التجارية:

يواجه هذا الإجراء باتجاهين متناقضين الأول يتمثل في رغبة قسم التسويق بالصحيفة في تحقيق أعلى دخل مالي من الإعلانات جرَّاء إقبال المعلنين على الإعلان في الصفحة الأولى، والثاني يتمثل في رغبة الصحيفة في الفصل التام بين المواد التحريرية والإعلانات، وعدم اقتطاع الإعلانات مساحة كبيرة من الصفحات وبالذات الصفحة الأولى.

ويواجه الإكثار من الإعلانات في الصفحة الأولى انتقادات عدة منها: أنه يتعارض مع رغبة القراء في مطالعة المواد التحريرية لأنه يجذب انتباههم عنها، والصحافة تهدف للإعلام لا الإعلان، كما تؤثر الإعلانات الجاهزة والمساحة التي تشغلها على حرية المخرج في التصميم وتحد من إبداعه.

وتبعاً لذلك يميل الاتجاه الحديث إلى أهمية التقليل من الإعلانات التجارية وخصوصاً في الصفحة الأولى، كما فعلت صحيفة الـ Times البريطانية، وصحيفة الأهرام المصرية اللتان تنشران إعلانات قليلة جداً وصغيرة الحجم في الصفحة الأولى، في حين عمدت جريدة Wall Street Journal الأمريكية إلى عدم نشر إعلانات على الإطلاق في صفحتها الأولى.

ولضمان عدم تأثير هذا القرار على مدخولات الصحيفة من الإعلانات خصوصاً أن أعلى الإعلانات سعراً هي في الصفحة الأولى، يمكن للصحيفة زيادة أسعار الإعلانات في الصفحة الأولى أو استحداث صفحة أولى بديلة، ومن الضروري أن تزيد الصحيفة من الصفحات التي تلقى رواجاً إعلانياً حتى لا تؤثر الإعلانات على المادة الصحفية المنشورة، ويمكنها كذلك عمل ملاحق إعلانية حتى لا يؤثر كم الإعلانات المنشورة على مدى الإشباع الذي تحققه الصحف لقرائها.

إخراج الصفحات الداخلية

تكتسب الصفحات الداخلية أهميتها نتيجة تأثير اعتبارات عدة أهمها:

1. كون الصفحات الداخلية تمثل المساحة الأكبر المتاحة أمام الصحيفة لتلبية اهتمامات القراء المتنوعة.
2. الأهمية الخاصة لهذه الصفحات كونها تمثل هذه الصفحات المساحة الأكبر لنشر الإعلانات التي تعتبر المورد الرئيس لدخل الصحف المعاصرة وخاصة في ظل لجوء الكثير من الصحف لتقليل المساحات الإعلانية في صفحاتها الأولى.
3. أهمية التقاء التحرير بالإعلان في أغلب الصفحات الداخلية، حيث يتعين على الصحيفة الاهتمام بالمادتين كلتيهما من خلال تحقيق المساواة بينهما في قوة العرض، إضافة إلى تطبيق أكبر قدر من أسس التصميم في إخراج الصفحات، بما يؤدي إلى الانسجام والوحدة بين الوحدات التحريرية والإعلانية المنشورة في هذه الصفحات.

ومن المعروف أن عدد الصفحات الداخلية بدأ يتزايد تدريجياً فبعد أن كان عدد صفحات الصحيفة أربع صفحات قديماً وكانت الصفحة الأولى تخصص للمقالات والأخيرة للإعلانات وصفحتي الوسط للأخبار، تزايدت أعداد الصفحات في الصحف تدريجياً حتى وصلت إلى عشرين صفحة، وبعد الحرب العالمية الثانية تزايدت بشكل مطرد وبدأت الملاحق والصفحات المتخصصة في الظهور إلى أن وصل الأمر بعدد الصفحات في صحف بريطانية وأمريكية إلى المئات في أيام العطل الأسبوعية، وهذا الأمر يستدعي الاهتمام بإخراج الصفحات الداخلية وإتباع أساليب جديدة في إخراجها.

أولاً: مراحل إخراج الصفحات الداخلية:

1. توزيع الإعلانات وإخراجها:

وهو أول عمل ينفذه المخرج في الصفحات الداخلية، حيث يقوم بتوزيع الإعلانات على الصفحات الداخلية بحسب مناسبتها للصفحة وحسب السياسة الإعلانية المتبعة، وبما يلبي رغبات المعلن، والإعلانات هي المورد الرئيس للدخل في الصحف المعاصرة المستقلة، وهي الضمان لاستقلالها عن الضغوط والتمويل الخارجي، ولذا فإن الصحيفة تباع مرتين: مرة بالتوزيع، ومرة بالمساحة الإعلانية، ومن هنا اهتمت الصحف بإخراج الإعلانات وتنسيقها بشكل فني وجذاب.

ومن المعروف أن الإعلان يستمد قيمته من المادة التحريرية المجاورة، ولذا نجد أن أسعار الإعلانات مختلفة من صفحة لأخرى تبعاً لأهميتها، بالإضافة إلى أن أسعار الإعلانات في الصفحة الأولى أعلى سعرًا من غيرها، ولذا تعمل الصحيفة على الاهتمام بالمادة التحريرية والإعلان بما يحقق المساواة بينهما في قوة العرض وتطبيق أكبر قدر من أسس التصميم لتحقيق الانسجام بينهما.

ومن الخطأ فصل الإعلان عن المادة التحريرية، حيث تقوم بعض الصحف بوضع الإعلانات في صفحة مستقلة ولهذا الإجراء بعض الايجابيات مثل استقلالية المواد التحريرية عن الإعلان، وبذا

نرضي القراء الذين يشترون الصحيفة لقراءة ما فيها من مواد تحريرية، ويتيح أيضاً للمخرج تقديم رؤية إخراجية مميزة بإعطاء الأهمية النسبية لكل مادة تحريرية دون صعوبة، كما يسهم في طباعة الصفحات أو ملاحق إعلانية، إلا أن نظرية تجاور الوحدات التحريرية والإعلانية هي السائدة انطلاقاً من قناعة المعلن بأهمية تجاورهما.

ويبدأ عمل المخرج في الصفحات الداخلية بتوزيع الإعلانات على الصفحات بحسب طبيعتها، حيث تنشر الإعلانات الموجهة لفئات معينة في الصفحات المتخصصة لهذه الفئات، ويلتزم برغبات المعلنين في وضعها على صفحات أو مواقع معينة، ويدفع المعلن مقابل هذه الرغبة مبالغ إضافية عن ثمن الإعلان، ويراعي المخرج عند تصميم الصفحة الاطلاع على الإعلان والعناصر المكونة له، وأن يخطط الأسلوب الذي يتم به إخراج الصفحة ليتناسب مع أسلوب إخراج الإعلانات، وأن يختار ما يناسب كليهما لإحداث التوازن والتباين والانسجام.

أساليب إخراج الإعلانات في الصفحات الداخلية:

أ- أسلوب نصف الهرم:

وتوزع الإعلانات بموجبه على أحد جانبي الصفحة لتشكل نصف هرم معتدل قاعدته في الأسفل، ويشترط أن تكون أحجام الإعلانات متفاوتة، وهو من أكثر الأساليب شيوعاً، ومن مميزاته:

- يتم إبراز جميع الوحدات الإعلانية من خلال ملامستها جميعاً للمادة التحريرية.
- يوفر وقت وجهد المخرج ويسمح بكتابة عناوين ممتدة وعريضة لأنه لا يصل لرؤوس الأعمدة.
- يرضي المعلن حيث يوضع الإعلان الصغير في الأعلى وبذلك يتم إبرازه، أي لا يدفن.
- إمكانية تحقيق التوازن من خلاله حيث يتيح نشر وحدات تحريرية ثقيلة في الركن العلوي المقابل لقاعدة الهرم.

ب - أسلوب نصفي الهرم:

وهو أفضل من السابق، حيث توزع الإعلانات على جانبي الصفحة لتأخذ شكل نصفي هرم معتدلين قاعدتهما في الأسفل، وما بينهما من فراغ يترك للمواد التحريرية، ومن مميزاته:

- إبراز أكبر عدد من الإعلانات وملامستها للمواد التحريرية.
- الإعلانات تقع خارج مركز الصفحة أو مجال رؤية العين، وبالتالي يتاح المجال للمواد التحريرية لتوضع داخل مجال رؤية العين.

ج - أسلوب المستطيل:

وفيه تصف الإعلانات المتساوية الحجم فوق بعضها البعض على أحد جانبي الصفحة، ومن مزاياه: أن هيمكن من خلاله إخراج الإعلانات متساوية العرض والتي يصعب بناؤها على شكل هرم، بينما من عيوبه دفن الإعلانات أسفل المستطيل.

د - أسلوب المستطيلين:

وفيه تصف الإعلانات المتساوية الحجم فوق بعضها البعض على جانبي الصفحة، وله نفس العيب في أسلوب المستطيل، لكن المواد الإعلانية تلامس نظيراتها التحريرية فيه.

هـ - أسلوب نصف الهرم والمستطيل:

ويلجأ له المخرج عند وجود إعلانات بعضها متساوي وبعضها متفاوت الحجم، فتنشر الإعلانات المتساوية فوق بعضها البعض على أحد جانبي الصفحة، فيما تنشر المتباينة على شكل نصف هرم على الجانب الآخر من الصفحة، والفراغ بينهما يخصص للمواد التحريرية، ومن عيوبه أن الإعلانات أسفل المستطيل تكون مدفونة.

و- الأسلوب العشوائي (الارتجالي):

وتوزع فيه الوحدات الإعلانية دون ترتيب معين فتختلط بالمواد التحريرية، وهو أقل الأساليب استخداماً لأن له عيوب كثيرة منها:

- تداخل الوحدات التحريرية مع الإعلانية مما يربك القارئ ويشتت انتباهه.
- تنافر الوحدات التحريرية والإعلانات من ناحية الطباعة تبعاً لتباين الأثقال مما يجعل الصفحة تبدو مفككة وغير متجانسة.

2ـ إخراج الوحدات الثابتة:

بعد انتهاء المخرج من توزيع وإخراج الإعلانات، يقوم بإخراج الأبواب والزوايا والأركان الثابتة، وبالذات في الصفحات المتخصصة، حيث أن التبويب هو سمة العصر، ولذا فقد أخذت الصحافة الحديثة بالتخصص، ومن المهم أن يشعر القارئ بثبات هذه الوحدات واستمرارية صدورها بنفس الطريقة حتى يتعود عليها ويألفها، وهذه الوحدات الثابتة هي:

أ ـ الأركان والزوايا والأبواب الثابتة:

والأركان الثابتة من معالم المطبوعات الصحفية التي تخصص جزءاً من مساحتها لأبواب ثابتة يخصص لها موضع ثابت ومساحة ثابتة أغلب الأحيان.

ويمكن تعريفها بأنها «ركن ثابت ذو موقع ثابت من الصفحة التي ينشر فيها، من حيث المكان والعنوان، والعناصر التيبوغرافية المستخدمة طبقاً لنوعية التبويب هل هو يومي أو أسبوعي».

وأول ما يقوم به المخرج هو إخراج الإعلانات والأركان والأعمدة الثابتة في الصفحة، ويراعى في إخراج الأركان والزوايا والأعمدة الثابتة إخراجها بطريقة مختلفة عن باقي الصفحات ومراعاة ثبات التبويب من حيث رقم الصفحة والموقع ودورية الصور سواء كان يومي أو أسبوعي أو شهري، بالإضافة إلى ثبات العنوان أيضًا، والذي قد يكون مكوناً من الحروف فقط، أو يصاحبه رسم ثابت يضفي عليه حيوية وحركة.

وتوضع الأركان الثابتة في إطار يبرزها عن المواد التحريرية المجاورة، وتحرص الصحف على استخدام أرضية للركن الثابت.

ب ـ الأعمدة والافتتاحيات الثابتة:

وتخصص الصحف جزءاً من مساحتها لأعمدة ثابتة، يكتبها بعض مشاهير الكتاب والمحررين، ويخصص لها موضع ثابت ومساحة ثابتة أغلب الأحيان، ويراعى في تصميم عناوينها الثبات من حيث الحجم وشكل الحروف مما يزيد من طابع الوحدة على المطبوع كله.

وتبويب العمود الصحفي يمتاز بالدقة والثبات، حيث يحتل العمود غالباً مكاناً ثابتاً لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة ، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت، قد يكون كل يوم أو كل أسبوع.

ومن المهم في المقالات العمودية والافتتاحية الثابتة أن تحافظ على دورية صدورها، وثبات الصفحة التي تنشر بها والموضع من الصفحة والعناصر التيبوغرافية المرافقة لها مثل الإطارات والأرضيات والألوان والرسوم المرافقة للعنوان الثابت ونوع الخط وحجمه في العنوان الثابت وعدد الأعمدة التي يحتلها المقال.

إخراج المقالات:

وتبدأ عملية إخراج المقالات بعد الانتهاء من توزيع الإعلانات والأركان الثابتة، وتتوقف طريقة إخراج المقالات على أنواعها كالتالي:

1. المقال العمودي والمقال الافتتاحي:

يتم إخراجه على أحد جانبي الصفحة، غالباً على عمود واحد، ويمكن أن يكون على عمودين يتم دمجهما معاً، مع الحرص على وضعه في إطار أو أرضية وتجمع حروفه ببنط أكبر قليلاً أو أسود، مع الحرص على ثبات تبويبه من حيث دورية الصدور والصفحة والموقع والعناصر التيبوغرافية.

2. المقال الطويل الذي لا يصل لصفحة كاملة:

يتم إخراجه على أحد جانبي الصفحة (إلا في صفحة المقالات)، مع وجود فراغ أبيض بين الأعمدة وعناوين الفقرات وعنوان ممتد يشمل المقال، مع تمييز نوع الخط أو تكبيره.

3. مقال الصفحة كاملة:

يتم إخراجه ببنط أكبر مع استخدام العناوين الثانوية والإشارية وعناوين الفقرات والصور والرسوم، وتترك فراغات بيضاء بين الأعمدة، ويتم إبراز فقرات كاملة بالبنط الأسود.

ج ـ الصفحات المتخصصة:

يأتي حرص الصحف اليومية على نشر الأبواب والصفحات المتخصصة لتلبية احتياجات القراء على اختلاف أمزجتهم واهتماماتهم، بهدف زيادة التوزيع وتلبية أكبر قدر من احتياجات واهتمامات القراء.

ومن المعروف أنه لا يمكن حصر الصفحات المتخصصة، نتيجة ارتباطها بالتخصصات المختلفة لأنها كثيرة ومتشعبة، إلا أننا يمكن أن نستعرض إخراج أهمها:

- إخراج الصفحة الرياضية :

تعتبر الصفحة الرياضية من أهم الصفحات المتخصصة في الصحافة اليومية، فقد ظهرت استجابة لتزايد الاهتمام بالرياضة في المجتمع ورغم ذلك فقد تأخرت الصحف العالمية في تخصيص صفحة

رياضية، حيث ظهرت أول صفحة رياضية في الصحف الأمريكية عام 1910م رغم تاريخ الرياضة الطويل وتاريخ الصحافة ككل، وكانت صحيفة الأهرام أو صحيفة عربية تخصص زاوية ثابتة للرياضة عام 1922م.

ويتميز إخراج الصفحة الرياضية بقدر من الحركة والحيوية والجاذبية، حيث يجد المخرج المادة التحريرية القصيرة والصور المتنوعة، مما يوفر للمخرج فرصة نادرة لإخراج صفحة متماسكة ومتقنة وجذابة، ولذا يبذل المخرج جهداً إبداعيا فيها يتناسب مع الهدف المرجو منها، وهو جذب الأنظار إليها وجعل قراءتها سهلة وممتعة وتناسق المواد وانسجامهما معاً.

ويعتبر الوضوح والبساطة من السمات الأساسية في تيبوغرافية الصفحات الرياضية وإخراجها حيث تمتاز بالعناوين والمانشيتات الجذابة، والحروف الواضحة الكبيرة والصور المليئة بالحركة، والتي يتفنن المصورون في التقاطها أثناء المباريات لتظهر الصفحة الرياضية في النهاية وحدة فنية متكاملة ترضي أذواق واهتمامات جمهورها الرياضي.

- إخراج صفحة المرأة:

ظهر الاهتمام بتخصيص صفحات للمرأة نتيجة تزايد الدور الذي تلعبه في الحياة المعاصرة، واتضح ذلك منذ بداية القرن الماضي، حيث ظهرت الصفحات المتخصصة للمرأة والأسرة، وظهرت المجلات المتخصصة التي دخل بعضها مرحلة تخصص التخصص، فقد وجدت مجلات نسائية في مجال الموضة أو التجميل أو المطبخ.

ولابد أن يهتم مخرج صفحة المرأة باستعمال البياض في العناوين واستخدام أسماء وخطوط خاصة تميز هذه الصفحة، وأن يهتم بتكبير أخبار المطبخ والغذاء والإعلانات عنه، كما تعتمد هذه الصفحة على الصورة والعناوين الكبيرة والرسوم، وتوزيع الحرف الأسود والأبيض في الموضوع، كما يعتني المخرج الصحفي لدى إخراجه صفحة المرأة بالصور الجمالية واستخدام الألوان الجذابة.

- إخراج صفحة الجريمة (الحوادث):

رغم أن نشر الجرائم وتفاصيلها عليه خلاف شديد بين المؤيدين والمعارضين، إلا أن الصحف الشعبية توسعت في نشر أخبار الجريمة والحوادث، وحتى الصحف الجادة تنشر هذه الأخبار ولكن في أضيق نطاق، كما ظهرت الصحف والمجلات المتخصصة في هذا المجال مثل «أخبار الحوادث».

وتعتبر صفحات الحوادث أكثر الصفحات قراءة، ورغم ذلك لم يأت إخراجها بالغرض المطلوب نتيجة دواعي نشر الجريمة كاملة وبالصورة، ثم حدود النشر، والتزامات المجتمع والقانون، ويفضل فيها استخدام العنوان الناصح بأن الجريمة لا تفيد، والصورة المعبرة عن ذلك، ولا يفضل استخدام الرسوم.

- إخراج الصفحة الاقتصادية:

والصفحة الاقتصادية الآن من أهم الصفحات المتخصصة في الصحف العامة نظراً لما يلعبه الاقتصاد من دور مركزي في حياتنا، ولذا وجدنا أن كثيراً من الصحف أصبحت تفرد لشئون الاقتصاد والمال عدة صفحات يومية.

ويجب أن يكون إخراج الصفحة الاقتصادية شاملاً لكل الفنون الصحفية بما فيها العمود الصحفي الذي لا يقل إخراجه أهمية عن أي باب آخر، ناهيك عن العناوين الكبيرة الواضحة والرسوم البيانية والجداول الإحصائية التي تخدم المادة الصحفية، كما يجب أن تكون الصفحة الاقتصادية مميزة إخراجياً، بسيطة وسهلة، ومتنوعة العناوين.

ـ إخراج الصفحة الدينية:

كان لصحيفة الأهرام المصرية السبق في تخصيص مساحة ثابتة للإعلام الديني وذلك في خلال شهر رمضان 1947م، ثم أفردت صفحة أسبوعية منذ عام 1975م.

وتحتاج الصفحة الدينية « إلى أداء تعبيري مباشر وأن يكون كل شيء فيها واضح ومباشر وأن يستعرض الخط العربي نفسه بجمال، ومن الضروري العناية بوضع جداول بين موضوعات المادة حتى لا تختلط ببعضها، والاهتمام بوضع رسوم توضيحية عن مضمون المادة التحريرية وأن تكون العناصر التيبوغرافية في الصفحة موزعة حسب توازنها معه، مع مراعاة التباين في توزيع الموضوعات، لكي تصبح الصفحة حية أمام القارئ وتشيع فيها الحركة.

وتعاني الصفحات الدينية في الصحف العربية من إخراج رتيب وممل خال من العناصر التيبوغرافية الثقيلة كالصور والرسوم، اعتقاداً من القائمين على إخراجها أن هذه الصفحة يجب أن تكون خالية من العناصر السابقة.

وهناك صفحات أخرى أقل أهمية بالنسبة للصحف، حيث تفضل الصحف أن تفرد لها صفحة أسبوعية، مثل صفحة الشباب التي يجب أن يراعي المخرج فيها الاهتمام بالمراسلات بين القراء والاهتمام بصور الشباب وقصص كفاحهم، أما الصفحة العلمية فتحتاج دائماً إلى تبويب ثابت، والاعتماد على الصورة وتعليقها، كما أن صفحة الطفل يجب التركيز فيها على الصور الواضحة والعناوين الكبيرة.

توزيع الوحدات التحريرية على الصفحة:

ويراعي فيه:

ـ الأهمية النسبية للموضوع، فالأهم يحتل مساحة أكبر، ويحمل عناصر تيبوغرافية أبرز مع الألوان وعدد الأعمدة.

ـ التوزان الحسي بين الوحدات التحريرية من جهة، وبينها وبين الوحدات الأخرى مثل: الإعلانات من جهة أخرى.

وبالنسبة للمدارس والأساليب المستخدمة في إخراج الصفحات الداخلية فهي ذاتها أساليب ومدارس إخراج الصفحة الأولى.

ثالثاً: إخراج الصور

تعتبر الصور من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية لما لها من قدرات تأثيرية ومعاني مهمة تحملها للقراء، وتؤدي الصورة دورًا كبيرًا في تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط.

وتنقسم الصور الصحفية فيما يتعلق بخصائصها الطبيعية المرتبطة بتدرجاتها الظلية وبطريقة إنتاجها إلى قسمين رئيسين هما:

أولاً: الصور الظلية (الفوتوغرافية):

وهي الصور التي يتم إنتاجها بطريقة آلية باستخدام آلات التصوير والتحميض وتتسم بتدرجاتها الظلية الطبيعية، وشهدت تطورات في مجال الصحافة منذ طريقة الحفر المعدني مروراً بطريقة التدرج الظلي ثم الطباعة الملونة للصور عبر فرز الألوان، وانتهاءً بالتصوير الرقمي ونقل الصور من خلال الإنترنت.

أنواع الصور الظلية:

1. الصور الإخبارية المستقلة: وهي الصور التي تقدم خدمات خبرية كاملة مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات التي تشرح بعض المعاني غير الظاهرة فيها، وغالبًا ما تتسم هذه الصور بكبر مساحتها، وبنشرها في الصفحات الأولى أو الإخبارية من الصحف، كما تخصص بعض الصحف لها صفحات كاملة تصور أحداثًا هامة.

وتستمد قيمتها من تعبيرها عن الحدث نفسه، ولا يرافقها عادةً محتوى لفظي، بل تعتمد على تعليق بسيط يوضح بعض الجوانب التي لا تستطيع الصور شرحها، مثل: الأسماء والمناسبات والأماكن والتواريخ، وتفرد وتخصص لها بعض الصحف صفحات كاملة تصور أحداثاً هامة.

2. الصور الإخبارية التابعة: وهي صور خبرية مرافقة لمحتوى لفظي مثل: الخبر أو التقرير الإخباري وذلك بهدف دعمه وتنشر مع هذا المحتوى وليس منفصلاً عنه.

3.الصور الموضوعية: وهي الصور التي تعتبر أحد العناصر الطباعية التي تستخدم في بناء وحدة طباعية معينة مثل: المقال التحليلي والتحقيق، وذلك بهدف التعبير عن هذه الوحدة وانعكاساتها، وتتصل بما تحمله هذه الوحدة من معنى.

4. الصور الشخصية: وهي صور الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية، وتتميز عادة بصغر حجمها مقارنة مع غيرها حيث تنشر غالباً على عمود واحد، وبما تنشر على نصف عمود وتسمى الصورة الإبهامية وتتناول غالبًا صور الشخصيات غير الهامة.

وتحتوي الصور الشخصية عادة على مقطع الجسم من منتصف الصدر وحتى أعلى الرأس، ويفضل عدم الإسراف في استخدامها لأنها تكون خالية من أي انفعال أو حركة مما يجعلها تبدو عبارة عن صور تذكارية التقطت في استوديوهات التصوير مما يضعف تأثيرها، ويجب الابتعاد عن استخدام الصور الشخصية نفسها للشخصيات نفسها مراراً، لأن استخدام اللقطة نفسها للشخص نفسه وفي

أعداد متقاربة يضعف تأثيرها إلى حد كبير لأن عين القارئ تكون قد تعودت عليها.

5. الصور الجمالية: وهي غالبًا صور غير ذات معانٍ إخبارية، كما أنها لا تتضمن أي أبعاد يمكن تستخدم في خدمة الوحدات التحريرية المنشورة، وإنما تتم الاستفادة منها لإحداث لمسات جمالية على الصفحات، ما لم تكن هذه الصور الجمالية مرتبطة بتقارير عن اكتشافات أو مزادات أو غير ذلك.

6. الصور الإعلانية: وهي الصور التي تستخدم في دعم المضامين الإعلانية المنشورة في الصحف، حيث تعبر هذه الصور عن المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسية للإعلان، ويمكن أن تعبر عن أشخاص أو سلع، كما أنها قد توضح حالات الاستخدام الخاصة بهذه السلع.

7. أنواع الصور وفقًا للقطع العام: مثل: الصور الطولية والعرضية، والصور المفرغة، والصور ذات القطع غير المألوف مثل: البيضاوي، والدائري، والمضلع وداخلها شكل غير منتظم.

8. أنواع الصور وفقًا لارتباطها ببعضها البعض: ومنها:

أ. صورة مفردة لا علاقة لها بصورة أخرى وهي تمثل حدثًا أو شخصية أو مكانًا.

ب . مشهد متسلسل وهو عبارة عن مجموعة من الصور تمثل تطور مشهد معين.

ثانيًا: الرسوم والصور الخطية:

تعتبر أقدم العناصر الطباعية التي عرفتها الصحافة نسبة لتأخر اختراع آلات ومستلزمات الإنتاج الخاصة بالصور الظلية.

وهي الصور التي تنتج بطريقة يدوية عبر رسامين أو فنانين، وحديًثا عبر أجهزة الحاسب الآلي، وسميت خطية لأنها تشتمل في الغالب على الخطوط مع بعض التدرجات الظلية الخفيفة، ويتم اللجوء إليها في حالة عدم الحصول على صور ظلية كما يحدث في المحاكم الأمريكية، أو حينما تعجز الصور الظلية عن التعبير عن المعاني المطلوبة، أو عند الحاجة لتبسيط وتوضيح معلومات ومعانٍ مثل: الخرائط جغرافية أو الرسوم بيانية.

وهي مهمة في صحافة اليوم وخصوصاً في التفسير والإرشاد والتبسيط والتوضيح، بالإضافة إلى تسلية القراء والتعبير عن الأحاسيس الإنسانية، ولذا نجد أن 40% من الصحف الأمريكية مازالت تنشر الرسوم الكرتونية.

أنواع الصور الخطية:

1. الرسوم الساخرة: وهي الرسوم التي تقدم الوقائع بطريقة ساخرة تتسم بالمبالغة في محاولة لإثارة انطباع القراء وحشدهم لاتخاذ قرار معين، كما تستهدف التنفيس عن القراء بالسخرية من بعض الأوضاع في المجتمع.

ومن أهم أنواع الرسوم الساخرة:

أ . الرسوم الكارتونية: تستهدف التأثير في القراء من خلال التعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف بالاعتماد على الرسوم المشتملة على الشخصيات الرمزية.

ب ـ رسوم الكاريكاتور: وهي رسوم لشخصيات معروفة مع تشويه ملامحها بشكل مبالغ فيه ومن خلال التعليقات، ويعتمد نجاحها على العناية بالدرجات اللونية والإطارات وتوافر البياض اللازم لإضاءتها والتعليقات المصاحبة لها، كما تستهدف تسلية القراء من خلال تشويه الخصائص الملامحية للأشخاص المتضمنين فيها من خلال التعليقات المصاحبة لها.

2. الرسوم الشخصية اليدوية: يقصد بها تلك الصور المرسومة للشخصيات المتضمنة في الوحدات التحريرية المنشورة، ويستعان بها كعنصر طباعي في حالة عدم توافر الصور الظلية لبعض الشخصيات مثل: الشخصيات التاريخية، أو في حالة الرغبة في إحداث نوع من التغيير لصورة شخصية شهيرة ملَّ القارئ من رؤية صورها، وهذا يجذب القراء ويساعد على إضفاء تباين بينها وبين الصور الظلية المجاورة، كما تضفي قدرًا أكبر من البياض حول الصورة، وتعبر هذه النوعية من الصور من خلال تغيير بعض ملامح الشخصية عن اتجاه وسياسة الصحيفة تجاه هذه الشخصية، وقد زاد استخدام هذه الرسوم في الصحافة الحديثة.

3. الرسوم التوضيحية: هي الرسوم التي تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة في المواد الصحفية المنشورة، وتقوم على استخدام الخطوط اليدوية مصحوبة بعدد قليل من الكلمات، لإيضاح المعلومات المطولة أو المعقدة، كما يمكن إدخال نوع من التأثير على الصورة الظلية بواسطة الرسوم التوضيحية مثل إشارة سهم إلى موقع معين في صورة ظلية أو كتابة معلومات على الصورة. وتعمل الرسوم التوضيحية التي تنقسم إلى: الخرائط والرسوم البيانية على إكساب المواد الجادة مثل: الأخبار السياسية والاقتصادية والعسكرية قدرًا من الحيوية المنبعثة من الخلفيات والإيضاحات التي تشتمل عليها هذه الرسوم.

4. الرسوم التعبيرية: وهي الرسوم التي ترافق غالباً المواد الأدبية مثل: المقالات والقصص بهدف إحداث تأثيرات إيجابية نفسية من خلال محاولة التعبير عن معاني الأعمال الأدبية بواسطة الرسم الذي يشبه اللوحة الفنية، وتدخل في بناء العناوين الثابتة للأبواب والزوايا من خلال تكاملها مع الحروف، ويمكن تصغيرها كعناصر طباعية لكسر حدة رمادية المتون الطويلة بأن توضع هذه الرسوم كفواصل بين فقرات هذه المتون، أو استهلالية في بداية الفقرات بعد العناوين الفرعية. وقد أتاحت أجهزة الحاسوب عمل مختلف أنواع الرسوم بدقة متناهية من خلال البرامج المتنوعة من حيث الوظيفة والعمل والقدرات الفنية.

خطوات إخراج الصور: تتمثل في:

أ ـ اختيار الصورة الصالحة للنشر: على أن يراعى في ذلك أن يكون لها قيمة خبرية أو تفسيرية، وارتباط بالموضوع وأن تكون جذابة ومثيرة دون خروج عن المألوف، وأن تتوافر فيها القيمة الجمالية والصلاحية للنشر من حيث الإضاءة والوضوح.

ب ـ تحديد قطع الصور: ويقصد به الشكل الهندسي الذي تظهر فيه الصورة بعد طبعها، وهناك عدة أنواع لقطع الصورة، هي: القطع المستطيل، والقطع المربع، والقطع الدائري والبيضاوي، والقطع البيضاوي المشتق من الدائري، إلى جانب القطع المفرغ (الديكوبيه)، والقطع غير العادي مثل: المثلث والمعين والأشكال غير المنتظمة.

ج ـ تحديد مساحة الصورة: ويتم ذلك وفقاً لعدة اعتبارات منها: قيمة الصورة، ومساحة الموضوع، ومساحة الموضوعات الأخرى على الصفحة، ومساحة العناصر التيبوغرافية الأخرى في الموضوع نفسه مثل: الصور الأخرى والعناوين والمقدمة، وسياسة التحرير التي تتبعها الصحيفة حيث أن هناك صحف تميل إلى الصور الكثيرة والحجم الكبير للصور.

د ـ تحديد موقع الصورة من الصفحة ومن الموضوع: ويتم ذلك بناءً على خطة وليس عشوائيًا، وذلك وفقًا لموقع النص واتجاه الموضوع والمركز البصري.

هـ ـ اختيار طريقة الإخراج: ويمكن للمخرج اختيار طريقة من الطرق الأربعة التالية: (مواضع يمكن وضع الصورة بها نسبةً إلى الموضوع):

ـ الصورة أعلى العنوان: وهو موضع مهم لأنه يراعي الطريقة التي يقترب بها القارئ من القصة الخبرية، إذ تجذبه الصورة أولاً ثم يقرأ العنوان الذي يشده إلى القصة، وتستخدم هذه الطريقة بالأساس مع الأخبار والتقارير الإخبارية.

ـ الصورة أسفل العنوان: بشرط ألا تفصل العنوان عن الموضوع، أو توضع الصورة داخل الموضوع نفسه شرط ألا تفصله بالكامل عن بعضه البعض.

ـ الصورة في جانب الموضوع: مع مراعاة أن يشملها عنوان الموضوع.

ـ الصورة أسفل الموضوع: في حالة كان عدد الصور المرافقة للموضوع كبيرًا، وإذا كان الموضوع طويلاً أو يحتل صفحة كاملة، ويدخل في هذا الإجراء وضع الصورة أسفل الصفحة وهو إجراء مهم لإحياء النصف السفلي من الصفحة، ولتجنب اختلال التوازن بين نصفي الصفحة.

و ـ تكبير أو تصغير الصورة: وذلك في حالة الحاجة إلى حجم مختلف للصورة عن حجمها الأصلي، وفي هذه الحالة نلجأ لتغيير مقاساتها إما بالطريقة الرياضية، أو الطريقة الهندسية وهي طرق قديمة، أو بالطريقة الآلية من خلال استخدام أحد البرامج المتخصصة في الصورة في الحاسوب، مثل برنامج الفوتوشوب وغيره.

ز ـ إخراج كلام الصورة:

الصور الفوتوغرافية لا تستطيع أن تؤدي وظيفتها الصحفية على أكمل وجه ما لم يصاحبها تعليق، سواء كان قصيرًا أم طويلاً.

ويأخذ كلام الصورة في الجرائد المختلفة أكثر من موضع منها: أسفل الصورة، وهو من أفضل الأماكن، على اعتبار أنه يتفق والمسار الطبيعي لعين القارئ، بالإضافة إلى أحد الجانبين أو أعلى الصورة، أو وضع الكلام على الصورة نفسها، وهو أسلوب جميل ويساعد على التنوع واستغلال المساحات البيضاء في الصورة، مع مراعاة التباين بين لون الكلام وأرضية الصورة، وإن كان لا يحبذ استخدام هذا الأسلوب كثيراً بسبب اختلاف التدرجات الظلية في الصورة مما يؤدي لاختلاف درجة التباين بين كلام الصورة والأرضية من جزء لآخر في الصورة وبالتالي صعوبة القراءة.

ويراعى في موضع كلام الصورة أن تكون الصورة وكلامها وحدة بصرية واحدة غير منفصلة، وهو ما يتطلب أن يكون الكلام قريباً من الصورة وأن يوضع في اتجاه الحركة فيها.

ويرى كثير من التيبوغرافيين ضرورة أن يجمع كلام الصور من بنط أكبر وكثافة أعلى من البنط

المستخدم في جميع حروف المتن، على اعتبار أن ذلك يسهم في الحد من الفجوة البصرية التي تتميز بالثقل والحروف الخفيفة، كما أنه يمنع اختلاط حروف كلام الصور بسطور المتن التي تقع تحتها.

الصفحة المصورة:

وهي صفحة مهمة للصحيفة يكثر استخدامها في الصحف الحزبية والمتخصصة، وانتشرت كثيراً في القرن الماضي، والصفحة المصورة تعطي المخرج فرصة نشر صور فوتوغرافية رائعة لا تنشر في الصفحات الأخرى، بالإضافة إلى نشر مجموعة من الصور حول موضوع واحد، كما أن اختيار مجموعة صور وعرضها وتنسيقها بشكل جذاب يضاعف تأثير الصفحة خصوصاً إذا كانت مصممة بشكل جيد.

وهناك بعض الصحف تحافظ على صدور صفحة مصورة بشكل دوري ثابت، فيما البعض الآخر يفضل توزيع الصور على الصفحات المختلفة للصحيفة، ومن أسس إخراج الصفحة المصورة:

أ. اختيار عدد قليل من الصور حتى تظهر تفاصيل كل صورة بوضوح.

ب ـ اختيار صورة مهيمنة على الصفحة تكون معبرة عن جوهر الموضوع.

ج ـ ترك مساحة معقولة من البياض في الصفحة لإراحة القارئ أثناء المطالعة.

د ـ توفير مساحة كافية لكلام الصورة، مع تجنب قرب كلام الصور من بعضه البعض وربط كل صورة بالتعليق المصاحب لها بشكل دقيق حتى لا يختلط الأمر على القارئ.

هـ ـ وضع عنوان للقصة الخبرية أو الموضوع بحيث يستلهم جوهر الموضوع.

و ـ التنويع بين أحجام الصور وقطعها وطريقة عرضها والدرجة الظلية، بحيث تتداخل في تركيب فني ولا تبدو كمجموعة مبعثرة من الصور بشكل يفتت وحدة الصفحة.

ز ـ الابتعاد عن تجاور الصور مع الإعلانات حتى لا تفقد الصورة تأثيرها، خاصة إذا كانت الإعلانات تحتوي على عناصر تيبوغرافية ثقيلة.

ح ـ يمكن استخدام صفحتي الوسط كصفحة مصورة واحدة مع احتوائها على صورة مسيطرة ووضع عنوان عريض يمتد بعرض الصفحتين المتقابلتين مع مقدمة في أعلى الصفحة تلخص الموضوع.

ط ـ تلجأ بعض الصحف إلى تخصيص مساحات ثابتة للصور يطلق عليها (الأبواب المصورة)، وهي مجموعة من الصور تحتل مساحة معينة بشكل دوري ثابت مع التعليق عليها ويراعى في هذه الأبواب أسس إخراج الصفحة المصورة.

إخراج الصحف النصفية

تعتبر الصحف النصفية أو صحافة التابلويد هي الأسبق في الظهور من الصحف العادية حيث مرت أحجام الصحف بمراحل منذ كتب الأخبار مروراً بالصحف النصفية ووصولاً للصحف العادية، وكانت الديلي ميرور التي صدرت في العام 1903م أول صحيفة في العالم تصدر بالحجم النصفي، وقد ظهرت متغيرات كثيرة خلال النصف الأول من القرن الماضي ساهمت في انتشار الصحف النصفية ومنها:

1. انتشار قراءة الصحف في وسائل المواصلات العامة.

2. ارتباطها بالطابع المثير الذي تزامن مع الحربين العالمتين الأولى والثانية.

3. الأزمة الاقتصادية التي شهدها العالم خصوصاً في الحرب العالمية الثانية والتي أثرت على إنتاج وأسعار الورق.

4. تعود ملايين الجنود على الحجم النصفي والتي كانت تصدر به ملاحق خاصة بهم.

وقد اقترنت الصحف النصفية بالطابع المثير وأصبح مصطلح تابلويد يدل على صحافة الإثارة، لكن تزايد الوعي المهني بأهمية هذا الحجم ودوره في تحقيق متطلبات القارئ ساهم في انفصال مصطلحي الصحف النصفية وصحف الإثارة، حتى أن عدداً من الصحف الجادة والمحافظة تصدر بهذا الحجم، وأدركت الصحف أن الحجم النصفي ما هو إلا حجم مصغر من الصحيفة العادية، ولذا حاولت تقسيم الصفحة لستة أعمدة لتبدو الصفحة أكثر استطالة واستفادت من مذاهب الإخراج الصحفي التي اتبعتها الصحافة العادية وبالذات الاتجاهات التجديدية في إخراج الصفحة الأولى.

ومن المعروف أن حجم الصحيفة العادية يتراوح فيه الطول بين 53 ـ 56 سم فيما يتراوح العرض بين 41. 43 سم وهو نفسه طول الصحيفة النصفية أما عرضها فيتراوح ما بين 29.27 سم، ولذلك نجد أن الصحف الحزبية وصحف الإثارة والخفيفة وصحف الجريمة والصحف المتخصصة وصحافة الأقاليم تقبل على هذا الحجم من الصحف.

إخراج الصفحة الأولى في الصحف النصفية

تعتبر الصفحة الأولى هي الواجهة التي تجذب القراء للصحيفة، ويشكل حجم الصحيفة النصفي عائقاً أمام حرية عمل المخرج كون المسافة المتاحة في الصفحة الأولى قليلة وبخاصة أن رأس الصفحة الأولى يحتل ما بين 20.15٪ من مساحة الصفحة، ويحتوي رأس الصفحة الأولى على اللافتة والأذنان والعنق، أما أساليب إخراج الصفحة الأولى في الصحف النصفية هي نفسها التي تستخدم في الصحف العادية، مع مراعاة أنه ليس هناك ما يلزم المصمم بالالتزام بالأسلوب، بل يمكن التغيير والتطوير والمحافظة على التوازن الحسي في الصفحة ومراعاة الأهمية النسبية لكل مادة، مع العمل ببعض الاتجاهات التجديدية الخاصة بالصفحة الأولى ومنها:

1. استغلال الأذن بوضع بمواد إعلانية أو تحريرية أو ارتفاع عمود أو أكثر بدلاً من أحد الأذنين لتوضع فيها أهم خبر أو مادة تحريرية مهمة.
2. وضع محتويات العدد في رأس الصفحة والاستعانة بالفهارس والإرشادات والملخصات.
3. وضع عناوين سماوية فوق اللافتة.
4. ترحيل بيانات التحرير للداخل والاكتفاء بعناوين الموضوعات والصور.

إخراج الصفحات الداخلية في الصحف النصفية

يعتمد إخراج الصفحات الداخلية على نوعية وشكل الموضوعات فيها وعددها أيضاً، وهذا يستلزم من المخرج معرفة جيدة بالتبويب الصحفي وأنواعه، ويجب عليه أن يفصل في الإخراج بين الصفحات الإخبارية التي تحتوي على عدد كبير من الأخبار والموضوعات والتي يلزمه فيها أن يتعرف على هذه الأخبار وقيمتها الإخبارية وأهميتها ليقوم بتوزيعها بما يتفق مع قيمتها، وبين الصفحات التي تخصص للموضوعات التفسيرية وتحتوي فيها الصفحة على عدد قليل من الموضوعات.

ويبدأ إخراج الصفحات الداخلية بإخراج الإعلانات وفقاً للأساليب الستة المعروفة ثم توزيع بقية الموضوعات على الصفحة، بحيث تعامل الأركان والزوايا الثابتة نفس معاملة الإعلانات، وفي حالة أن يحتل موضوع واحد الصفحة كاملة كتحقيق مثلا تسمى هذه الصفحة (الصفحة المستقلة) وهي التي تحتوي على موضوع واحد فقط، يجب علينا هنا أن نهتم بتحقيق التوازن بين عناصر الصفحة المختلفة بالإضافة لتحقيق التباين بين عناصرها، وأن تتناسب مساحات العناصر التيبوغرافية مع بعضها، وإحياء منطقة المركز البصري مع الاهتمام بالركن الأيسر الأعلى الذي ينتهي عنده اتجاه القراءة وإحياء الجزء الأسفل من الصفحة بصورة أو عنوان ثانوي أو إعلان.

أما في حالة وضع أكثر من موضوع على الصفحة فيفضل وضعها مرة واحدة حتى لا تتقابل الموضوعات أو عناصرها مع بعضها البعض ويفضل فصلها عن بعضها بعناصر فصل مختلفة.

وبالنسبة لإخراج صفحتي الوسط، فإذا احتوتا على موضوع واحد يجب التأكيد على وحدة هاتين الصفحتين ومن عوامل تحقيق هذه الوحدة:

1. العناوين الممتدة الرئيسية والثانوية والتمهيدية.
2. استخدام الصور بمساحات كبيرة تصل بين الصفحتين.
3. ترويسة مشتركة.
4. إطار واحد يجمع الصفحتين، أو أرضية واحدة مشتركة.
5. استغلال الهامش بين الصفحتين في إضافة عمود بينهما.
6. قلب اتجاه الصفحة ليأخذ الشكل الرأسي أي مماثل للصحيفة العادية.

وفي حالة وجود موضوعين على الصفحتين بحيث يمتد احدهما من صفحة لأخرى يتم التأكيد على عناصر الوحدة داخل الموضوع الواحد، مع فصل الموضوعين عن بعضهما البعض، وفي حالة اختلاف محتوى الصفحتين يتم التأكيد على عناصر الفصل وهي عكس عوامل الوحدة السابقة.

أما إخراج الصفحات المتخصصة، فإنه يرتبط بنوعية موضوعاتها المتخصصة من حيث كونها جادة أو خفيفة مما يؤثر على اختيار قطع الصور وأنماط حروف العناوين والإطارات وعناصر الإبراز المختلفة، ويبدأ إخراج الصفحات المتخصصة بإخراج الإعلانات ثم إخراج الأبواب والأركان والأعمدة الثابتة، ثم تحديد مساحة الوحدات المتغيرة وتحديد مواقعها وفقاً لقيمتها الإخبارية

وأهميتها النسبية، بحيث يتصدر الموضوع الرئيس الصفحة ثم توزيع باقي الوحدات مع الحرص على تحقيق التوازن والتجانس والتناسق وعدم إغفال الجزء الأسفل من الصفحة وإحياؤه ببريد القراء أو صورة أو إعلان.

ويجب هنا التأكيد على أهمية الفصل بين الموضوعات المختلفة خصوصاً وأنها مشتركة في التخصص مما يسبب تداخلاً بين وحدات الصفحة في حالة عدم التأكيد على عناصر الفصل كالإطارات والخطوط والجداول والأرضيات.

إخراج الصفحة الأخيرة في الصحف النصفية

تعتبر الصفحة الأخيرة بمثابة غلاف ثاني للصحيفة النصفية وقد تعرض عليها، وتوضح شخصيتها وتميزها الأمر الذي حدا بالصحف للاهتمام بها ووضع اللافتة عليها بحيث تظهر وكأنها صفحة أولى ثانية، وتقوم السياسة التحريرية في الصفحة الأخيرة على استكمال الدور الذي تقوم به الصفحة الأولى في إثارة اهتمام القارئ وجذبه.

ومن المعروف أن كثيراً من الصحف تستخدم الصفحة الأخيرة كصفحة أولى بديلة في حالة تخصيص الصفحة الأولى للموضوعات الجادة السياسية والاقتصادية، على أن تنشر الموضوعات غير الجادة كالطرائف والمفارقات ومقالات الرأي في الصفحة الأخيرة، وفي هذه الحالة تحمل الصفحة البديلة الوحدات والعناصر التيبوغرافية المميزة للصفحة الأولى مثل اللافتة والعنق.

والصفحة الأخيرة في الصحف النصفية بالذات تعتبر غلاف ثانيًا لها يسهم مع غيره من العناصر في تحديد شخصية الصحيفة وتمييزها، خاصة أن الصحيفة النصفية يمكن أن تعرض على صفحتها الأخيرة وهو ما يدعم الاتجاه إلى تكرار وضع اللافتة عليها، أو رأس الصفحة كاملاً.

ويتسم مضمون الصفحة الأخيرة بالأخبار الخفيفة والمصورة والأخبار الفكاهية والكاريكاتير وأخبار المزادات والاكتشافات والأعمدة الصحفية المشهورة، ولذا نجد كثيراً من القراء يقرأ منها قبل الصفحة الأولى أحياناً.

ويحتل العمود الصحفي مكاناً ثابتاً لا يتغير على صفحات الجريدة، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت، وبنفس العناصر الطباعية.

ويستخدم المخرج فيها القطع غير المألوف للصورة، واستخدام الخط الحر في كتابة عناوينها، لتوظيف التنوع على الصفحة وإعطائها طابعاً متميزاً عن الصفحات الداخلية، كما تستخدم الإطارات بوصفها أداة للفصل والتمييز والجذب لبعض الموضوعات ذات الطابع الخاص التي يرى المصمم ضرورة إبرازها، مع التحرر من قيود الأعمدة والتأكيد على عناصر المختلفة كالإطارات والأرضيات والجداول واستغلال عنصر اللون في الصور والأرضيات والعناوين.

الصورة الصحفية



الصورة الصحفية

تعتبر الصورة من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الجنس البشري في عصوره المختلفة، فهي كغيرها من الوسائل الأخرى ، لها تاريخها وطابعها واستخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة.

فمنذ فجر التاريخ كان للصورة دور في تعليم الإنسان والمحافظة على خبراته وتجاربه الحياتية، إذ عرفها الإنسان في مرحلة سابقة من تطور اللغة، فأصبحت أداة تعبير شائعة لديه ، ومعبرة عن الكلمات والجمل في اللغة.

لقد تغير موقع الصورة ومكانتها عبر التاريخ، إذ كانت تتمتع بطابعها السحري، كما يدل على ذلك اشتقاق اسمها : Imajerie Image، إلى اكتسابها الطابع المقدس في العصر القديم بعد أن خدمت الديانات فزينت المعابد والكنائس ، ثم تحولت إلى مادة موجهة إلى النخبة (الفئة الارستقراطية في المجتمع) ، تزين بها أماكن إقامتها إلى غاية القرن الثامن عشر ، ثم اكتسبت الصورة الطابع الشعبي بعد انتشار التعليم والقراءة في المجتمع ، خاصة بعد اكتشاف وسائل إعادة إنتاجها بشكل «جماهيري»

ولعل اختراع الصورة الفوتغرافية قد غير موقع الصورة من ناحيتي الاستعمال والاستهلاك / فهي لم تعد تستهلك بنفس الطريقة التي كانت تستهلك بها اللوحات الزيتية والرسوم ، إذ دفعت بالصورة

لتساهم في نقل الأحداث (الصورة الناقلة للأحداث والمنتجة للربورتاج)، وعممت الصورة استعمال البورتري الذي كان مقتصرا على الفن التشكيلي (اللوحات الزيتية) الموجهة إلى النخبة في المجتمع.
لقد كان الاعتقاد سابقا بأن الصورة، خاصة الفوتوغرافية، تعتبر إعادة إنتاج آلي للواقع، أي أنها رسالة خالية من أي مدونة. وقد فند الباحث الفرنسي « رولان بارت » هذا الاعتقاد، إذ أكد أنها تحمل بعدين هما: بعد تعييني (وصف ما هو موجود في الصورة) وبعد تضميني (ما نقوله عن الموجود في الصورة)، والبعد الثاني لا يفهم بدون البعد الأول.
وتعد الصورة إحدى الركائز الأساسية للغة غير اللفظية، فهي تشكل موضع توتر بين الفضاء والزمن: الفضاء الفيزيائي ذي البعدين أو الثلاثة أبعاد، والفضاء الذهبي ذي البعد المجهول. إنها شذرات من المكان والزمان، اعتقال لحظة أو فعل قصد تخليده .. إنها لحظة الفعل (فعل الرؤية) أو التفكير أو الحلم.
كما أن الصورة الفوتوغرافية هي تسجيل حيّ وواقعي وتاريخي للحياة العابرة، فما يسجل في لحظة قد يكون خالدا إلى فترة من الزمن، وقد يكون دليلا وشاهدا على العديد من الأحداث التي تمر بسرعة البرق، ولا يمكن للذاكرة أن تعود بتفاصيلها كما تفعل عدسة المصور الذي يتمتع بخاصية العين الثالثة وهي الكاميرا ليصطاد اللحظات الهاربة من الزمن ليوثقها فوق الشريط الفيلمي زمانا ومكانا.
ويرى بعض العلماء بأن هناك علاقة بين الكلمة والصورة، إذ يقول ميتز (metz)، بأن هناك ضرورة لمد الجسور بين أنماط التواصل على تباينها، ذلك أن الصورة في تصوره لا تشكل إمبراطورية مستقلة بذاتها ومنطوية على نفسها وعالما منغلقا لا يتواصل مع محيطة، بل هي كالكلمات، وكل الأشياء الأخرى ليس باستطاعتها الانفلات من كونها متورطة في لعبة المعنى، فاللغة الملفوظة تمنح الصورة معنى محدودا من خلال تقليصها المعاني التي يمكن أن تشتمل عليها.
وتتحدد بلاغة الصورة بما تتمتع به من مواصفات فنية وتعبيرية وجمالية وإعلامية وأخلاقية عالية بحيث تعطي الحدث أو الموضوع المصاحب لها حيوية ومصداقية في تجسيد ما تريد تجسيده لخدمة غايات نشاطات الاتصال كالإعلام والإعلان والدعاية والعلاقات العامة.
لقد سمي عصرنا «عصر الصورة» لاحتلالها موقعا متميزا بين وسائل الاتصال فهي تستمد تأثيرها في الصحافة المقروءة بفضل عناصرها وبوصفها علامة مباشرة تنقل معلومات وأخبارا وتوثق أحداثا و مواقف إلى قطاعات عريضة من القراء، فتسهم بالتأثير في اتجاهات الرأي العام.
وقد ساهم التقدم التكنولوجي في ترويج الصحافة المصورة وعزز من إمكانية تخطيها حدود الزمان والمكان، فأصبحت سفيرا ناطقا بلسان مالكيها حتى باتت (الصورة) لغة خطاب تتميز بخصائص وصفات محددة رسمت لها أهمية مميزة.
واليوم تحتل الصورة في المطبوعات مكانا أساسيا في عملية توضيح أفكار الكاتب ومعلوماته، وتوصيلها إلى القارئ بعد أن كان استخدامها وقتا ما للزخرفة أو للتجميل فحسب، وبالتالي فقد أصبحت الصور مواد أساسية من مواد الصحيفة الحديثة، ولم تعد عنصرا جماليا فقط بل عنصرا إعلاميا وظيفيا، وأصبحت الصورة تعبر عن الأفكار والآراء، كما تعبر عن الأخبار والأحداث، بل

إنها من أكبر أدوات الإرشاد والتوجيه. كذلك فإن الصورة هي وسيلة إيضاحية يستعاض بها عن الكلام لتعريف الأهداف وتوضيحها، بل إنها من أيسر السبل المؤدية إلى المعرفة وأسسها ، فهي التي توضح النص وتدعمه بتقديم البرهان الذي يغني النص بعناصر إضافية إعلامية وتعبيرية، ولذا فإن تأثيرها قد يكون أعمق بكثير من المادة الإعلامية المكتوبة.

إن الصورة هي مادة اتصال تقيم العلاقة بين المرسل والمتلقي ، فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء ، والمتلقي «يقرؤها» انطلاقا مما يسميه الباحث الفرنسي « جون دافينيو» بالتجربة الجمالية والمخيال الاجتماعي، ذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط ، بل تحرك حواسه وأحاسيسه، وميراثه العاطفي والاجتماعي.

وتقوم الصورة الصحفية بدور اتصالي ثنائي فهي رسالة ووسيلة معاً، إذ إنها متاحة للجميع بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية والعلمية، كونها لغة عالمية يفهمها الجميع رغم تعدد الأمم والشعوب.

وتمتاز الصورة الصحفية كوسيلة اتصالية بسرعة أكبر في لفت نظر القراء واستيعابهم مضمونها وبالتالي تحقيق التأثير المطلوب من خلال الوضوح في التفاصيل والبساطة في المضمون ، إضافة إلى مقدرتها الإقناعية فهي أصدق أدوات الصحف والمجلات، إلى جانب دورها في إثراء المحتوى من خلال تسجيلها الأحداث ودعمها المادة التحريرية وإضافة الجديد إليها.

والصورة ضمن إطار الاتصال الجماهيري عبارة عن وسيلة اتصال تنقل الرسالة إلى المتلقي بأقل قدر من التحريف والخطأ ، فهي تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة صحفية متكاملة لقارئ لا يقنع بالقراءة عن الأحداث وإنما يريد معايشتها.

ويتوقف أثر الصورة على مستقبل الرسالة الإعلامية وقدرته على استيعاب مغزاها وفهم أبعادها والقدرة على تأويلها وفك رموزها بدقة وبطريقة سليمة ، وهي عملية تتأثر بتجربته السابقة وخلفيته الثقافية وإطاره المرجعي عن الوسيلة والمعلومات التي تضمنتها واهتمامه الذاتي بهذا النوع من أدوات الاتصال الجماهيري.

ويمكن القول بان فهم الصورة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافة الفرد، وشأنه في ذلك شأن فهم اللغة اللفظية ، فعلى قدر خبرات الفرد يكون استعداده لتفهم مضامين الصور (الفوتوغرافية) التي تعرض عليه وعمق تفسيره لها، وبتعبير آخر فإن المعنى الذي تثيره الصورة في ذهن الإنسان ليس موجوداً كاملاً وبالضبط في الصورة، بل يكون جزء منه موجوداً في الشخص المشاهد لها، وأن الصورة بما تحويه من مكونات ما هي إلا مثير بصري يستدعي هذه المعاني ويرتبها.

ولعل من المعروف أيضاً أن الصحف لا تعتمد على الرموز اللفظية فقط في صياغة رسائلها اللفظية، ولكنها تعتمد بجانب ذلك على الصورة الصحفية التي تقوم بدور كبير في تأكيد المعاني والأفكار التي تعكسها الرموز اللفظية من جانب أو تقوم الصورة وحدها بنقل الأفكار والمعاني باعتبارها رسالة اتصالية مستقلة، كما في الموضوعات أو الزوايا المصورة التي تهتم بها الصحف وبصفة خاصة المجلات.

وفي هذه الحالة، أو في إطار العملية الاتصالية، فإنه يتم النظر إلى الصورة بوصفها شكلاً يقوم بدور في جذب انتباه القارئ أو إثارة اهتمامه، ولكن يتم النظر إلى تكوينها وما يحمله من أفكار

أو معانٍ، أو يجسد معالم أو أبعاداً، أو يركز على شخصيات في إطار الأهداف الاتصالية للمصور والناشر معاً.

وتؤكد العديد من المبادئ التي نجدها في أدبيات علم الاتصال على الدور الاتصالي الذي تقوم به الصورة الصحفية بوصفها رسالة اتصالية ذات رموز خاصة ، تستهدف نفس الوظائف والأهداف التي تستهدفها الرسائل الاتصالية اللفظية، حتى أن هذا الدور الاتصالي، وما يرتبط به من أسس أو مبادئ، أصبح يحكم الأطر الخاصة بعملية التصوير الصحفي من جانب، واختيار الصورة الصحفية للنشر من جانب آخر، وذلك بما يقدم تكوين الصورة من أفكار أو معان، تستهدف الصحف إيصالها إلى القارئ، حيث إن نشر الصورة الصحفية أصبح يمثل البعد المرئي في الاتصال، وبصفة خاصة الاتصال الصحفي، وأصبح مفهوم الاتصال يستخدم للدلالة على العملية التي يعتمد فيها القائم بالاتصال على تكوين الصورة، في تكوين المعاني والرموز أو الإشارات والإيماءات أو معالم الحركة وغيرها من الرموز المصورة التي تعكس حالة أو فكرة معينة يريد المصور أو الناشر توصيلها إلى جمهور الصورة، معتمداً على الإدراك البصري لهذه المعالم وتفسيرها في إطار الرموز الثقافية التي تتوحد لدى كل من المصور (قائم بالاتصال) وجمهور المشاهدين للصورة (القراء في الصحف).

وعلى هذا كان من السّهل قراءة الصورة في إطار هذه الأسس والمبادئ، ووصف محتواها الذي لا يضم الأشخاص والمعالم فقط، ولكن أبعاداً كثيرة ترتبط بهما، مثل النواحي الإيجابية أو السلبية التي تعبر عنها ملامح الحركة التي توقفت عندها آلة التصوير وغيرها من النواحي التي يمكن أن نستشعرها في الصورة ويجتمع على وصفها مشاهدون عديدون لارتباطها بالملامح الثقافية الشائعة.

ومن هنا فإن الاتصال المصور أصبح في السنوات الأخيرة النموذج الاتصالي الأمثل، وذلك لأن البعد البصري قادر على إثراء الكلمة وإيضاح التفاصيل أكثر من الكلمة المكتوبة والمسموعة.

ولهذا كله لم يتردد المفكر الإعلامي «مارشال ماكلوهان» في تصنيف الصورة الفوتوغرافية إلى جهة الوسائل الساخنة باعتبارها تقدم من المعلومات ما تعجز عنه آلاف الكلمات ، فهي تخاطب حاسة واحدة من حواس الإنسان «حاسة البصر».

ومجمل القول فإن الصورة تعد من الوسائل الاتصالية الفعالة في الصحافة المعاصرة، فهي أضحت أداة فاعلة في التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية، محققة بذلك دوراً اتصالياً وإقناعياً وحضارياً وجمالياً.



وظيفة الصورة الصحفية

وظيفة الصورة الصحفية هي ايضاح ماهية الخبر أو الموضوع الذي ينشر في الجريدة، أية جريدة كانت، بل أنها في بعض الأحيان تمثل خبراً صحفياً كاملاً من دون تعليق.

وعلى هذا الأساس، لا بد هنا في هذه السطور أن أسلط الضوء على كيفية استخدام الصورة في النشر الصحفي، او مكانة (الصورة الفوتوغرافية) في العمل الصحفي، فمثلاً اذا استخدمنا صورة تخص حدثاً معيناً، ونضع تحتها تعليقاً معبراً ومختصراً عن حدث وماهية الصورة المذكورة، فان تلك الصورة ستكون (صورة خبرية) مستقلة تماماً، ليس لها علاقة بالأخبار والموضوعات المنشورة بالقرب منها ولا تمت لها من قريب أو من بعيد، وهذا معمول به في معظم صحفنا المحلية. بل ما هو حاصل في كل صحف العالم، باعتبار ذلك (عرف مهني) معمول به بل يعد من ثوابت العمل الصحفي.

والنقطة الجديرة بالانتباه ، التي يبدو أنها بحاجة الى الإيضاح، هي أن كثيراً من الأخبار التي ترد الينا والى الصحف الأخرى، (غير مصورة) مما يدفع بهيئة تحرير الصحيفة الى اختيار صورة من(الأرشيف) تكون قريبة ومشابهة للحدث المذكور في الخبر أو التقرير أو التحقيق الصحفي، باعتبار أن الصورة الأرشيفية المذكورة، ستكون (وسيلة ايضاح) لا أكثر ولا أقل، وليس بالضرورة أن تكون متطابقة تماماً مع الخبر المذكور، بل قريبة منه، وتتحكم بنشر مثل هكذا صور أرشيفية مستلزمات التصميم الطباعي والإخراج الفني للصفحة التي يتم فيها نشر الخبر المعني.. ولتقريب ذلك: لو كان لدينا خبر يخص انشاء حديقة ، ولم تتوفر صورتها في الصحيفة، فلا مانع من نشر صورة حديقة مقاربة لها ، بما أن زراعة وخدمات الحديقة واحدة لا تتغير.. واذا توفرت صورة

الحديقة الحقيقية فيكون نشرها مع خبرها (100×100) وهكذا.
لقد لعبت الصورة الصحفية دورا بارزا في نقل الأحداث والمشاهد المأساوية التي عايشها الناس في المناطق التي شهدت هذه الحروب، بل لعل بعض الصور الصحفية قد لعبت دورا هاما في صياغة بعض الأحداث والمواقف المرتبطة بتلك الحروب كما هو الحال في الصور التي نشرت في الصحافة الأمريكية إبان حرب فيتنام عن فضاعات الحرب وانتهاكات الجنود الأمريكان للحقوق البشرية هناك وأدت بالجيش الأمريكي للانسحاب من فيتنام في هزيمة تاريخية للقوات الأمريكية لم تعرف لها مثيل.
وفي أيامنا هذه فقد أضحت الصورة الصحفية جزءا أساسيا في التغطيات الصحفية، وأصبح لها دور مهما فرضته الأحداث الهامة والمتغيرة محليا وعالميا في نقل الصور الحقيقية للأحداث من مواقعها، وتوضيح صورة ما يجري بالفعل هناك، وترك تأثير عاطفي وتفاعلي معها لدى قراء الصحف ومشاهدي محطات التلفاز فمن المتعارف عليه أن الصور لها وقع عاطفي أكبر بكثير من الكلمات.
وإذا كان للصورة الصحفية من قيمة كبيرة في التأثير وترك الانطباع وتغيير المواقف والمفاهيم والتصورات فإن مرد ذلك إلى أنها تخاطب مختلف فئات المجتمع وشرائحه مما يجعل منها وسيلة إعلامية ذات تأثير بالغ في تبليغ الخطاب ونشر الرسائل الإعلامية، وذلك بعكس الكلمة المكتوبة التي يكون لها أثر محدود في الغالب على فئة المثقفين. إن هذه السمة للصورة الصحفية أدت بالقارئ لأن يقرأ الصورة قبل المقالة، وأصبحت المواضيع الصحفية تقرأ وتباع من خلال الصور المرافقة لها.
من المؤكد أن الصورة الصحفية الناجحة قد تغني عن ألف كلمة مكتوبة وقد تعبر عن ألف معنى وألف قضية، وتنبع هذه الأهمية للصورة الصحفية من كونها توقف الزمن في لحظة معينة وعند حدث معين، وهذا المعنى ما يشير إليه المصور والباحث (هيثم فتح الله عزيزة) في كتابه الصورة الصحفية بقوله: «تعد الصورة الصحفية تسجيلاً حياً واقعياً وتاريخياً للحياة العابرة، فما يسجل في لحظة يمكن أن يكون خالداً إلى دهر من الزمن، ويمكن أن يكون دليلاً شاخصاً في العديد من الأحداث التي تمر بسرعة البرق، ولا يمكن للذاكرة أن تعود بتفاصيلها كما تفعل عدسة المصور الصحفي، بتثبيت الحقائق مثلما وقعت بحركاتها، والتي إذا ما نجح المصور في الحصول عليها، كانت دليلاً يحقق به السبق الذي يطمح إليه».
إن نجاح الصورة الصحفية في إيصال رسالتها ورسالة مصورها وبيان مكنونها والمعنى المقصود يعتمد على بعض الصفات والملكات التي يجب أن يعمل المصور الصحفي في إطارها، لعل أهمها بالدرجة الأساسية قدرته الفنية والذهنية، ومدى استيعابه لمجرى الأحداث، وتفهمه وتقديره للمواقف، فكثيراً ما يكون مجرى الحدث مشهوداً أمام جمع كبير من المصورين، إلا أن القليل منهم يتمكن من السيطرة على أعصابه وهم ذوو معرفة وخبرة، فيتم البدء بالتفكير بمهنتهم ولا ينفعلون إزاء الحدث، وإنما يتفاعلون معه من خلال الواجب الملقى على عاتقهم. بينما يقتنص المصور الناجح والذكي والمتلهف على فنه وحبه لمهنته الفرصة للخروج من هذا الحدث بلقطات ناجحة، وهنا تعمل عدسته على أرشفة كل لحظة بلحظة مع تقدير منه لما سيحدث لاحقاً من مجريات الحدث.
بالإضافة إلى ذلك فلكي يكون المصور الصحفي ناجحا في عمله ليس مطلوبا أن يكون بارعاً في فنه

فقط حتى نحصل منه على ما يشفي الغليل، وإنما يجب أن يمتلك بالإضافة إلى فنه الحس الصحفي الذي يجب أن يكون ملازماً له طيلة فترة عمله، وهو الذي سيدفعه إلى تقديم الأفضل ثم الأفضل من الصور الصحفية الناجحة.

وبشكل عام لكي يكون لدينا مصور صحفي بمواصفات متكاملة يجب أن تتوفر فيه العوامل التالية:

1. إمكانيته العالية في توفير الدقة والملامح والوضوح في الصورة.
2. القدرة على الاختيار الصحيح للعدسات ولزاوية الرؤية.
3. الاستيعاب العلمي الكامل للاختلاف بين الظل والضوء والمعادل بينهما.
4. القابلية على إيقاف الحركة بصورة سريعة لاصطياد لقطة الحدث. وهذا يتوقف على طبيعة الصورة وآثارها في الرأي العام، وعلى مدى تخليدها للحظة وللحدث في الذاكرة الإنسانية.

وانطلاقاً من هذه الصفات والمتطلبات يجب على المصور أن يضع في حساباته الكثير من المفاجآت والمتغيرات التي قد تطرأ على أي موقف في أي زمان ومكان، وعليه أيضا قبل التوجه إلى ميدان الحدث أن يراعي كل الظروف والاحتمالات التي يمكن أن تحيط بمجريات الأحداث من حيث ما يحتاجه من معدات التصوير، وبعض المعلومات المفيدة عن المكان الذي سيتواجد فيه، وكذلك عن برنامج الحدث لكي يكون دائما في تفاعل مستمر مع تسلسل الأحداث، واضعاً في حساباته كل مفاجأة يمكن أن تحصل في أي لحظة. كما يجب عليه أيضا أن يحضر إلى ميدان الحدث قبل بدء مسلسل الأحداث إذا كانت التغطية مرتب لها سابقا ووقت الحدث معروف مسبقا ليستطيع أخذ أنسب مكان له من حيث زاوية الحركة، خصوصاً إذا كان مجال التصوير مقيداً كما هو الحال في المؤتمرات الصحفية، أو الاستعراضات العسكرية، أو النشاطات الرياضية.

ولكن من بين كل الصفات التي يجب أن تتوفر في الصحفي الناجح والتي تجعل من الصورة الصحفية صورة ناجحة ومميزة تبرز أهم صفة وهي السرعة في تغطية الحدث والقدرة على التعامل مع الأحداث السريعة. فأمام تصاعد وتيرة الأحداث التي يشهدها العالم أصبحت السرعة في نقل الحدث وتغطيته تعطي السبق للمصور الصحفي الذي يجيد اقتناص الفرص. من خلال سرعة تواجده في موقع الأحداث ومن خلال سرعة نقله لها وخاصة في الظروف الطارئة والأحوال الخطرة التي تتطلب شجاعة وسرعة بديهة وقوة إرادة وتصميم على أداء الرسالة الصحفية حتى لو أدى ذلك لحصول أذى معنوي أو جسماني للمصور كما هو الحال في التغطيات الصحفية للمصورين في العراق وفلسطين وسوريا حاليا وافغانستان.

أبرز الأخلاقيات المطلوبة في الصورة الصحفية

1 . مصداقية الصورة وعدم التلاعب في تفاصيلها أو استعمالها في غير الغرض الذى التقطت من أجله .

2 . احترام الخصوصية وعدم هتك ستر أو انتهاك حرمة الأماكن أو استراق صور دون إذن أصحابها.

3 . احترام حقوق الملكية الفكرية وحقوق النشر للمصور ، وعدم العبث بمصنفه أو تشويهه .

4 . احترام القوانين والمواثيق الدولية خاصة فيما يتعلق بصور الأسرى وجثث القتلى من الخصوم وحقوق السجناء .

5 . احترام الضعف الإنساني لضحايا الحوادث والكوارث وعدم التطفل على أحزانهم . وإذا كانت هناك ضرورة لتصويرهم فيجب التركيز على حالة الضعف الإنساني لا شخوص الضعفاء .

6 . الامتناع عن تصوير المشاهد التمثيلية أو المفبركة ، وإدخال الغش والتدليس بتقديمها للمتلقي على كونها حقيقة أو حدث أو قصة خبرية .

إليك بعض النصائح لتكون الصورة داعمة لموضوعك الصحفي:

- تدعم الصورة الموضوع الصحفي وتعطيه مصداقية والعكس صحيح
- في الإعلام الغربي، إذا كانت الصورة تخدم وجهة نظر معينة فإن الإعلام يوفر كل الدعم اللازم، بعكس الإعلام المحلي في الشرق الأوسط غير المدرك الواعي لأهمية الصورة.
- تساعد الصورة في إظهار الحقيقة، من جهة أخرى يمكن أن تشوه الحقيقة إذا التقطت من زاوية معينة.
- الجوانب التقنية لالتقاط الصورة الإخبارية والصورة الجيدة – كالموضوع الإخباري الجيد تستطيع الإجابة على الأسئلة أين؟ متى؟ كيف؟ لماذا؟
- تلعب خبرة المصور دوراً رئيسياً في إبراز جوانب الصورة الحقيقية سواء كانت مأساوية أو مفرحة أو جمالا طبيعيا.
- يجب أن يلم المصور بموضوع الصورة بشكل جيد قبل التقاطها.
- تجنب الصور الساكنة التي يظهر فيها الشخص كأبي الهول.
- الشرح المرافق للصورة مهم ويقدم معلومات إضافية للتي تقدمها الصورة نفسها.
- تجنب الصور التي تدعم الصور النمطية عن أشخاص أو فئات معينة. مثلاً إذا أردت كتابة موضوع عن عمالة الأطفال فبدلا من تصوير الطفل وهو يعمل في إحدى ورش تصليح السيارات التقط له صورة وهو يحل واجبه المدرسي في فترة راحته في ورشة العمل.

المصادر:

- حسن عماد مكاوي ـ ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي ـ دراسة مقارنة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسين محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري ـ المداخل والوسائل، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- روبرت ميليارد ترجمة مؤيد حسن فوزي، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الاعلام الحديثة، العين ـ الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- شاكر عبد الحميد، عصر الصورة : السلبيات والإيجابيات. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز شرف ، نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة.
- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي ـ دراسة مقارنة، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة.
- محمد منير حجاب، مهارات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة: دار الفكر العربي.
- اشرف فهمي خوخة، الصحفيون ومصادر الأخبار، القاهرة، دار المعرفة الجامعية.
- اسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حسنين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والالكترونية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع والطباعة.
- حسنين شفيق، فنون إخراج الجريدة ، دار فكر وفن للنشر والتوزيع والطباعة.
- سعيد الغريب النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- سعيد الغريب النجار، الإخراج الصحفي، القاهرة، الطباعة الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع
- حسني نصر وسناء عبدالرحمن، الخبر الصحفي: التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي

- حسني محمد نصر، الاعلام الجديد: أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج في الصحافة الالكترونية، الناشر: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- محمد سمير، جرائم الصحافة والنشر، دار العدالة للنشر والتوزيع
- نهى ميلور، الصحافة العربية الحديثة؛ المشكلات والتوقعات، ترجمة، تحقيق: منذر محمود محمد، الناشر: مكتبة العبيكان
- أنطون البيطار، الصحافة أضواء على التاريخ، دار ومكتبة التراث الأدبي.
- محمود حمدي عبد القوى ، لغة الصحافة وحرب المفاهيم، دار العالم العربي السلسلة: اتجاهات حديثة في الإعلام.
- محمود علم الدين ، مقدمة في الصحافة ، الدار العربية للنشر والتوزيع السلسلة: الدار العربية للتعليم المفتوح الدراسات الإعلامية.
- علي محمد رجب، علي بن عبد الله الكلباني ، فنون الكتابة للصحافة العسكرية، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق محمد الدليمي ، الصحافة العالمية، دار المسيرة للطباعة والنشر
- عبد الكريم علي جبر ، الصحافة المتخصصة، دار المسيرة للطباعة والنشر
- إيان هارجريفز ، مقدمة قصيرة عن الصحافة، الناشر: دار الشروق
- ابراهيم عبد الله المسلمي، الصحافة والمجتمع المعاصر، دار الفكر العربي
- سامي ندا جاسم الدوري، سبل الحصافة في فنون الصحافة، تموز للطباعة والنشر والتوزيع
- عبد المطلب صديق مكي، الإخراج الصحفي؛ الحلول الفنية لصحافة المستقبل، الناشر: دار فلاح

توماس فيرينكزي، الصحافة، ترجمة، تحقيق: أنسام الأسعد ـ ريما بركة، الناشر: دار ومكتبة الهلال السلسلة: المكتبة .

- جان شابمان، نيك نوتال، الصحافة اليوم، الناشر: دار الفجر للنشر والتوزيع
- جين فوريمان، أخلاقيات الصحافة، ترجمة، تحقيق: فضيلة محجوب، دار الفجر للنشر والتوزيع

ميساء يوسف الكوهجي «استخدامات الشباب الجامعي للصحافة الإلكترونية والاشباعات المتحققة»، دراسة ماجستير، الجامعة الاهلية بالبحرين.

- ناجى السنباطى، الصحافة المطبوعة والصحافة الرقمية دراسة مقارنة دراسة مقارنة».
- أبو السعود إبراهيم، محمد عبدالهادي، «النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية»، (الإسكندرية: دار الثقافة العلمية).
- أجقو علي، «الصحافة الالكترونية العربية: الواقع والآفاق»، (الجائر: دار الكتاب الجزائري).
- مهند سليمان النعيمي، التدريب الصحفي في البحرين واقع وتطلعات، دار الايام للطباعة والنشر

أسامة الشريف، الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر التاسع

لاتحاد الصحفيين العرب، (عمان: دار الكتب المصرية).

- رضا عبدالواجد أمين، «الصحافة الإلكترونية»، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع).
- ماجد سالم تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية»، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)
- علي منعم القضاة ورقة « كتابة متقدمة للأخبار والتقارير الصحفية».
- أحمد عبد الهادي، الصحافة الالكترونية، الواقع والتحديات...
- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، السحاب للنشر والتوزيع، 2005، ص 158.
- حسين شفيق، الإعلام الالكتروني، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 50 شارع الشيخ ريحان، عابدين القاهرة، 2005، ص39.
- درويش اللبان، الصحافة الالكترونية دراسات تفاعلية وتصميم المواقع، ط1 الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص41.
- ماجد راغب الحلو، مرجع سابق، ص82.
- مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة ،الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت،1999، ص83.
- حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006، ص 182.
- جمال بوعجيمي، بلقا سم بروان، الصحافة الالكترونية في الجزائر واقع و آفاق، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005 ، ص07.
- جمال غيطاس، الصحافة الالكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين...
- مستقبل الصحافة التقليدية مقابل الإلكترونية/ المؤتمر العالمي للصحف2007.
- أحمد عبد الهادي، مستقبل الصحافة التقليدية مقابل الإلكترونية، المؤتمر العالمي للصحف.
- خلد الفرم، الصحافة الالكترونية العربية، أزمة صناعة أم ثقافة، صحيفة عكاظ، العدد2172



التعريف بالباحث

- صدر في ابريل 2011 قراراً عن صاحب السمو الملكي رئيس الوزراء بتعيينه مديرا لوكالة أنباء البحرين وكلف في ابريل 2013 للقيام بمهام مدير عام وكالة انباء البحرين حتى يونيو 2017 .
- تم تعيينه كمستشار للاتصال والعلاقات الدولية في ابريل 2015.
- انتخب في ديسمبر 2016 عضوا في المجلس التنفيذي لاتحاد وكالات الانباء الاسيوية (اوانا).
- انتخب في ديسمبر 2015 كنائب اول لرئيس اتحاد وكالات الانباء العربية (فانا).
- انتخب في 2012 عضواً في المجلس التنفيذي لاتحاد وكالات الأنباء الإسلامية (ايانا)
- عين في مايو 2008 رئيس الإعلام والعلاقات العامة بمكتب سمو الشيخ محمد بن مبارك ال خليفة نائب رئيس مجلس الوزراء.
- تولى عدد من المناصب خلال عمله في صحيفة الايام عام 2002 - 2008 ، كان اخرها مهام رئاسة قسم الاخبار المحلية.
- عمل مستشارا اعلاميا لعدد من الجهات الحكومية والخاصة وفي سفارة دولة الكويت لدى مملكة البحرين 2007 - 2008 .
- عمل صحفيا ومراسلا معتمدا لعدد من الصحف العربية ومنها صحيفة ايلاف اللندنية وصحيفة اليوم السعودية.
- نائب رئيس جمعية الصحفيين البحرينية مايو 2014
- عضو معتمد في الاتحاد الدولي للصحفيين
- عضو معتمد في اتحاد الصحفيين العرب
- عضو المجلس الاستشاري في كلية الاعلام في كل من جامعة البحرين، جامعة المملكة، الجامعة الخليجية الجامعة الاهلية.
- عمل استاذاً في قسم الاعلام والعلاقات العامة بجامعة دلمون لفصلين دراسيين

الشهادات العلمية :

- حاصل على الماجستير في الاعلام والعلاقات العامة بدرجة امتياز عال مع مرتبة الشرف الاولى من الجامعة الاهلية ـ مملكة البحرين
- حاصل على جائزة التفوق العلمي من الجامعة الاهلية
- حاصل على بكالوريوس في الاعلام والعلاقات العامة والسياحة من جامعة البحرين بدرجة جيد جدا مرتفع

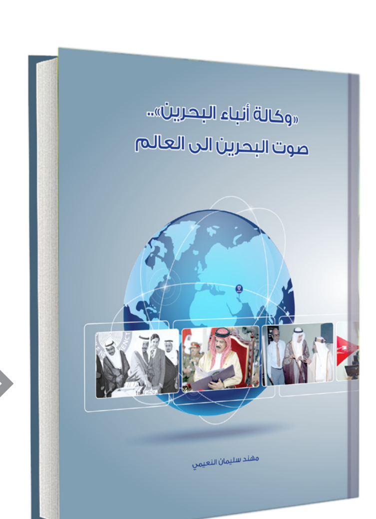
المشاركات والنشاطات الداخلية :

- حاصل على وسام الاستحقاق الذهبي في مجال الإدارة الحكيمة من المنظمة العربية للتنمية الإدارية التابعة لجامعة الدول العربية
- حاصل على درع التميز الاعلامي لملتقى الاعلاميين العرب 2016 من صاحب السمو رئيس وزراء دولة الكويت.
- ترأس عدداً من الوفود الإعلامية الرسمية المرافقة للزيارات الملكية
- حاصل على العديد من الشهادات والدروع والميداليات التقديرية
- رئيس وعضو في عدد من اللجان التنظيمية والتطويرية في وزارة شئون الاعلام
- المشاركة في اجتماعات الجمعية العمومية لاتحاد وكالات الأنباء العربية منذ عام 2011
- المشاركة في اجتماعات مسؤولي الوكالات بدول مجلس التعاون الخليجي منذ عام 2011
- المشاركة في اجتماعات الجمعية العمومية لمنظمة وكالات الأنباء في آسيا والمحيط الهادي منذ عام 2011
- المشاركة في اجتماعات المجلس الدولي (الكونجرس) لوكالات الانباء العالمية منذ عام 2011
- المشاركة في اجتماعات اتحاد وكالات انباء دول البحر المتوسط (امان) منذ عام 2011
- شارك في عشرات الدورات الاعلامية المحلية والعربية والدولية
- شارك بأوراق عمل في عدد من المؤتمرات والمنتديات المحلية
- صدر له كتاب (التدريب الصحفي واقع وتطلعات)، وكتاب وكالة انباء البحرين.. صوت البحرين الى العالم.

من إصدارات المؤلف



ألف باء تاء.. صحافة



«وكالة أنباء البحرين»
صوت البحرين الى العالم



التدريب الصحفي في
البحرين.. واقع وتطلعات



الطبعة الاولى
2017